UNIVERSIDAD POLITÉCNICA SALESIANA SEDE QUITO

CARRERA: ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

Tesis previa a la obtención del título de: INGENIERO COMERCIAL CON ESPECIALIZACIÓN EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

TEMA:

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN SPA CON GIMNASIO ACUATICO UBICADO EN LA CIUDAD DE QUITO, VALLE DE CUMBAYA

AUTORA:
VERONICA DEL ROSARIO SANCHEZ ROSAS

DIRECTOR:
MANUEL BEDÓN

Quito, Marzo del 2014

DECLARATORIA DE RESPONSABILIDAD

Yo, Verónica del Rosario Sánchez Rosas, autorizo a la Universidad Politécnica

Salesiana la publicación total o parcial de este trabajo de grado y su reproducción sin

fines de lucro.

Declaro que los conceptos y análisis desarrollados y las conclusiones del

presente trabajo de grado titulado "ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA

CREACIÓN DE UN SPA CON GIMNASIO ACUATICO UBICADO EN LA

CIUDAD DE QUITO, VALLE DE CUMBAYA", son de exclusiva responsabilidad del

autor.

Quito, a 26 de Marzo de 2014

Verónica del Rosario Sánchez Rosas

AUTORA

1

DEDICATORIA

A Dios, sin cuyas bendiciones no podría cumplir mis sueños.

A mis padres y hermanos quienes siempre han estado apoyándome y han sido la fuente inspiradora para la consecución de mis objetivos, por su comprensión e amor incondicional.

Finalmente a mis amigos por sus consejos, motivación y amistad sincera.

Verónica Del Rosario Sánchez Rosas

AGRADECIMIENTO

Agradezco a los profesores y directivos de la Universidad Politécnica Salesiana que de una u otra manera han sido partícipes de este proyecto.

Agradezco al Economista Manuel Bedón, mi tutor, por su tiempo y guía para el desarrollo de mi tesis.

Agradezco a mis padres, hermanos y amigos por su cariño y apoyo constante y desinteresado.

Mil gracias a todos.

Verónica Del Rosario Sánchez Rosas

ÍNDICE

ÍNDICE		4
RESUMEN		9
ABSTRACT		10
INTRODUCC	IÓN	11
CAPÍTULO I		14
GENERALID	ADES	14
1.1.1 Estudio d	le mercado	14
1.1.2	Estudio técnico	14
1.1.3	Análisis económico	14
1.1.4	Análisis económico de la inversión	15
1.2.1	Tipos de mejora que ofrecen los Spa	16
1.2.2	Alcances de los tratamientos en un Spa	17
1.2.3	Beneficios del aquafitness	19
1.2.4	El ser humano y su estilo de vida	20
1.2.5	Tipos de Spa	22
1.2.5.1	Spa urbano o spa de día	22
1.2.5.2	Spa hotel	22
1.2.5.3	Spa de destinación	23
1.2.5.4	Spa de bienestar	23
1.2.5.5	Spa de cuidados	23
1.2.5.6	Spa terapéutico	23
1.2.5.7	Spa holístico	23
1.2.5.8 Spa m	nédico	23
1.2.5.8	Spa de crucero	23
1.2.6	Características de los Spa y gimnasios acuáticos	24

1.3	Marco de desarrollo y objetivos del estudio	25
1.3.1	Descripción del sector	26
1.3.1.1	Historia (Cumbayá, 2009)	27
1.3.1.2	Economía	28
1.3.1	Objetivos	29
CAPÍTULO	O II	31
ESTUDIO	DE MERCADO	31
2.1 Objetiv	os del estudio de mercado	31
2.2	Identificación del servicio	32
2.2.1	Clasificación por su uso y efecto	34
2.2.2	Servicios sustitutos y complementarios	35
2.3	Análisis de la demanda	36
2.3.1	Demanda histórica	37
2.3.2	Demanda actual	37
2.3.2.1	Metodología de la investigación	40
2.3.2.3	Segmento objetivo	42
2.3.2.4	Tamaño de la Muestra	43
2.3.2.5	Procesamiento de la información	48
2.3.3.	Análisis de la demanda	66
2.3.3.1	Clasificación	66
2.3.3.2	Factores que afectan la demanda	67
2.3.3.3	Demanda actual del servicio	69
2.3.3.4	Proyección de la demanda	71
2.3.4	Análisis de la oferta	72
2.3.4.1	Clasificación de la oferta	72
2.3.4.2	Factores que afectan a la Oferta	73

2.3.4.3	Comportamiento histórico de la oferta	74
2.3.4.3.1 Ofert	a actual	74
2.3.4.4	Proyección de la oferta	75
2.3.5	Estimación de la demanda insatisfecha.	76
2.3.6Análisis d	le los precios	78
2.3.6.1	Precios actuales	79
CAPÍTULO II	I	83
ESTUDIO TÉ	CNICO	83
3.1	Localización Óptima de la Planta	83
3.1.1	Método de localización por puntos ponderados	84
3.1.2	Determinación de la capacidad Instalada optima de la planta	86
3.1.2.1	Capacidad instalada y disposición de capital	87
3.1.3	Descripción del proceso de servicios	87
3.1.3.1	Recepción del cliente	87
3.1.3.2	Preparación del cliente	88
3.1.3.3	Atención por especialista	88
3.1.3.4	Ejecución de tratamiento seleccionado	88
3.1.3.5	Diagrama de flujo del proceso	89
3.1.4	Optimización del proceso de servicios y de la capacidad de servicio la planta	
3.1.5	Selección de maquinaria	90
3.1.6	Cálculo de la Mano de Obra necesaria	95
3.1.7	Justificación de la cantidad de equipo comprado	97
3.1.8	Mantenimiento que se aplicará por parte de la empresa	97
3.1.9	Determinación de las áreas de trabajo necesarios	98
3.1.9.1 Distrib	ución de la Planta	99

3.1.12	Organigrama de la empresa	. 100
3.1.13	Aspectos legales de la empresa	. 101
3.1.13.1	Requisitos para la constitución de una empresa según su tipo	. 101
3.1.13.2	Aspectos relevantes del Reglamento para otorgar permisos funcionamiento a los establecimientos sujetos a vigilancia y cosanitario.	ntrol
3.1.14	Conclusiones del Estudio Técnico	. 111
CAPÍTULO 4.		. 113
ESTUDIO OR	GANIZACIONAL	. 113
4.1 Base legal	113	
4.1.1 Constituc	ión legal de la empresa	. 113
4.1.2	Tipo de compañía	. 113
4.1.3	Finalidad de la compañía	. 113
4.1.3.1	Disposiciones generales	. 113
4.1.3.2	Requisitos para constituir una Compañía de Responsabilidad Lim	itada
		. 114
4.1.3.3	Obligaciones legales	. 116
4.2 Base filosó	fica de la empresa	. 121
4.2.1 Objetivo	general	. 121
4.2.2	Objetivos específicos	. 121
4.2.3	Cultura organizacional	. 121
4.2.3.1	Misión	. 121
4.2.3.2	Visión	. 121
4.2.3.3 Objetiv	os de DEJAVÚ Spa Ltda	. 122
4.2.3.4	Valores organizacionales	. 122
4.2.3.5 Política	s organizacionales	. 123
4.3	Estructura organizacional y estructura funcional	. 125

4.3.1	Organización administrativa	125
4.3.1.1 Estructu	ıra Orgánica	126
4.3.2 Descripci	ón de funciones	127
4.3.2.1 Organig	grama Funcional	132
CAPÍTULO V		133
ESTUDIO ECO	ONÓMICO FINANCIERO	133
5.1	Inversiones del proyecto	133
5.1.1	Activos fijos tangibles	133
5.2 Capital de t	rabajo	138
5.2.3	Costos de Operación	141
5.3	Depreciación	143
5.3.1	Presupuestos	144
5.3.2	Presupuestos de ingresos	144
5.3.3Presupues	tos de egresos	145
5.4	Financiamiento del Proyecto	146
5.5	Estados financieros	148
5.5.2	Estado de Resultados (Pérdidas Y Ganancias)	149
5.5.2	Balance General	150
5.6	Flujo de caja proyectado	151
5.6.3.7 TMAR	. 159	
5.6.5Cálculo de	e los indicadores TIR y Análisis de Sensibilidad	162
CONCLUSION	NES	171
RECOMENDA	ACIONES	172
LISTA DE REFERENCIAS		173
ANEXOS		175

RESUMEN

El presente trabajo de investigación está orientado a establecer la factibilidad de la inversión para la implementación de un Spa, caracterizado por la integración de un servicio completo de varias actividades como gimnasio, piscina, baños sauna, hidromasajes, además se propone habilitar espacios de relajación y lucha contra el estrés, por otra parte incluye servicio de estética y belleza así como la recuperación y mantenimiento del cuerpo, en fin todo una propuesta que por su cobertura de servicio y alcance se califica de única.

La tendencia del mundo moderno especialmente en el área urbana o en las grandes ciudades, como lo es Quito, las personas permanecen muy sedentarias y no realizan actividades físicas que les permitan mantener un estado de salud adecuado y con el pasar del tiempo deviene las consecuencias en enfermedades y problemas de salud que requieren costosos tratamientos y tiempo; es por eso que para contrarrestar este fenómeno, las personas buscan sitios donde se pueda salir de la rutina y ejercer un mantenimiento del cuerpo, para esto se propone un lugar ubicado estratégicamente para que las personas que han sido seleccionadas como mercado meta se vean beneficiadas y tengan a su alcance el lugar que están buscando.

Para desarrollar el proyecto se ha tratado aspectos generales sobre un Spa, su funcionamiento, se destaca oferta y demanda así como precios. Se ha calculado los recursos necesarios, las instalaciones, ubicación, aspectos legales, cálculos financieros y todo lo necesario para poder demostrar la viabilidad del proyecto.

ABSTRACT

The present research work aims to establish the feasibility of the investment for the implementation of a Spa, characterized by the integration of a complete service of various activities such as gym, pool, saunas, hot tubs also aims to enable and relaxation spaces combating stress, on the other hand includes aesthetics and beauty service and the recovery and maintenance of the body, in short everything a proposal for its coverage and scope service calls only.

The tendency of the modern world especially in urban areas or in large cities, such as Quito, people remain very sedentary and do not perform physical activities that allow them to maintain proper health and with the passage of time becomes the consequences diseases and health problems that require expensive treatments and time, which is why that to counter this phenomenon, people look for places where you can go out and perform routine maintenance of the body, for this we propose a strategically located so that the people who have been selected as target market and have benefited from being available to the place you are looking for.

To develop the project has been discussed general aspects of a spa, operation, supply and demand highlights and prices. It has been estimated the resources, facilities, location, legal, financial calculations and everything needed to demonstrate the feasibility of the project.

INTRODUCCIÓN

La evaluación del presente proyecto analizará la factibilidad para establecer un Centro de Servicios Especializados en Mantenimiento y Relajación Corporal SPA desde el punto de vista del mercado, técnico y de la rentabilidad económica-financiera (Baca Urbina, 1998).

En la actualidad el ser humano está sometido a contaminación, ruidos, estrés, cansancio, mala alimentación, y otros factores de riesgo que afectan su bienestar físico y mental. Con un ritmo de vida cada vez más acelerado, no es fácil tomarse un tiempo para uno mismo, pero realmente por salud, se lo debe conseguir.

El Spa (Salutem Per Aquam) viene desde los antiguos tiempos romanos, porque ya en esa época, ellos construían baños de aguas termales y manantiales para aliviar sus cuerpos y curar heridas. La cultura Spa es una gran opción para contrarrestar las presiones de la vida cotidiana; actualmente existen diversos tratamientos, entre ellos la hidroterapia, que consiste en el uso del agua en diferentes formas, estados o temperaturas, La Hidroterapia es un agente terapéutico, de los métodos más antiguos que ha usado la humanidad para la prevención y tratamiento de enfermedades, desde los pues ya en siglos antes de Cristo; era popular entre los Incas, quienes consideraban sagrada el agua que recorre la cordillera de los Andes. Después de la Segunda Guerra Mundial, la hidroterapia se desarrolló junto con otras técnicas, adicionando el uso de vapores, algas, barros y arcillas.

La hidroterapia se la practica con termas, chorros, baños o piscinas, lo cual hace posible tratar diferentes cuadros patológicos como reumatismos, traumatismos, problemas digestivos, neurológicos y respiratorios, todo esto gracias a las propiedades terapéuticas del agua. Al alternar agua caliente y agua fría se intercambia energía calórica que produce una reacción térmica, nerviosa y circulatoria en el organismo, la misma que ayuda en la curación.

En la actualidad, ya sea por moda, por el acelerado estilo de vida o por los estereotipos actuales, se ha creado en las personas una necesidad de verse bien, y de cuidar su salud.

Una alternativa para lograrlo es el ejercicio bajo el agua, porque no tiene limitaciones, cualquier persona de cualquier edad puede hacerlo. Antes se hablaba de ejercicios aeróbicos y se pensaba únicamente en trotes y carreras, pero los ejercicios acuáticos logran los mismos beneficios con una marcada diferencia, esto debido a que en el agua se logran posiciones corporales que no se alcanzan en tierra. Todos los músculos y articulaciones se ejercitan mejor y no se ven afectados, lo que genera salud, y es de mucha ayuda para personas con problemas de columna como lordosis, escoliosis y problemas de las vértebras.

Además de ser importante verse bien, la actividad física es elemental para mantener en buen estado los sistemas cardio respiratorio, muscular, óseo y nervioso, por ello es ineludible hacer ejercicios regularmente. Según varios estudios se ha concluido que la gimnasia acuática es una práctica excelente, pues a la vez que relaja, también ayuda al fortalecimiento muscular; también está comprobado que favorece de mejor manera a personas que se someten a tratamientos de rehabilitación, y acelera el proceso de ponerse en forma.

La gimnasia acuática no está dirigida únicamente para personas con afecciones en la columna o adultos mayores, sino que cualquier persona, sin límite de edad la puede realizar y siempre van a encontrar beneficios al practicarla.

En el Ecuador se ha observado un crecimiento considerable de los sitios y métodos para el mejoramiento corporal, pero de manera independiente, por lo que no existe un desarrollo en el sector, esto ha llevado a que una gran cantidad de personas demanden la mejora en los servicios que prestan estos sitios, así como la diversificación de servicios en centros de relajación y así satisfacer de la mejor manera cubriendo las exigencias de quien los requiera

Con este estudio se trata de tener un enfoque para ofrecer salud mental y del alma a través de los tratamientos que se puede obtener en un Spa, y mejorar este bienestar con una salud corporal a través del Gimnasio acuático.

Se va a tomar en cuenta además las necesidades del cliente futuro, recursos naturales, materiales y humanos, pues de ello va a depender la ejecución del Proyecto. Se determinará un mercado potencial, la demanda actual y futura, la competencia, y se

establecerán las estrategias de marketing a usarse, los costos, gastos e inversión necesarios para el proyecto, y la viabilidad y la rentabilidad que se puede obtener.

La intención será implementar en el sector de Cumbayá, un Spa con Gimnasio acuático con características innovadoras, para así facilitar tanto a la gente del sector, como de otros posibles sectores, el mejoramiento de su calidad de vida, ofreciendo tratamientos de aromaterapia, masajes, geoterapia (uso de arcilla), hidroterapia, ejercicios en el agua, entre otros. Esto redundará en la generación de empleo y cooperará con el desarrollo, a nivel económico, del País, además con este estudio se pretende llevar a la práctica los conocimientos adquiridos en la carrera y obtener el título de Ingeniería Comercial.

CAPÍTULO I

GENERALIDADES

La investigación está conformada por cuatro partes fundamentales como son:

1.1.1 Estudio de mercado

En esta parte se analiza el producto o servicio, su naturaleza y características, luego se analiza la demanda en cuanto a su proceso histórico, actual y proyección así como la demanda insatisfecha; sí mismo, la oferta y su proyección, los precios del mercado como base para la fijación, finalmente se analizará la forma de comercialización del servicio. Es importante señalar que al terminar esta parte de la investigación se deberá tener una idea clara de cómo está el mercado del servicio de SPA en los diferentes niveles nacional y local de modo tal, que sea posible tomar la decisión de implementar o no, un servicio de SPA en el sector de Cumbayá tentativamente seleccionado, basándose en las proyecciones de la demanda previamente calculada.

1.1.2 Estudio técnico

Esta parte de la investigación se caracteriza por los aspectos técnicos como la localización óptima del local, el diseño de las condiciones adecuadas de trabajo considerando la organización de los turnos de trabajo, las instalaciones en cuanto a número de máquinas o implementos, tecnología así como la distribución física del centro. Los aspectos organizacionales de operación y administración. Es importante en este proceso determinar y cumplir las normas y aspectos legales que determinen los organismos de control competentes de modo que no se presenten obstáculos al momento de iniciar las actividades.

1.1.3 Análisis económico

Aquí se analizan las condiciones económicas de operación del centro que han sido determinadas en el Estudio Técnico, esto conlleva a determinar la inversión inicial, el estudio de los costos totales de operación, determinación del capital de trabajo, análisis

de fuentes de financiamiento a fin de seleccionar la más idónea, el cálculo del balance general inicial, el Estado de resultados proyectados a largo plazo que pueden ser los próximos 5 años, El punto de equilibrio y la tasa de utilidad requerida por los capitalistas en caso de realizar la inversión. En fin esta parte trata de cómo obtener las cifras que permiten la evaluación financiera del proyecto.

1.1.4 Análisis económico de la inversión

Una vez analizados los aspectos de mercado, técnicos y la inversión necesaria para la instalación y operación de un centro de mantenimiento y relajación corporal SPA, es importante analizar la rentabilidad de la inversión bajo criterios definidos como el VPN (Valor Presente Neto) también llamado VAN (Valor Actual Neto) y la TIR (Tasa Interna de Rendimiento o de Retorno) que incluye un análisis de riesgo de la inversión.

Esta investigación al final determina la declaración de conclusiones en base a todas los datos y cifras analizados en la investigación y que servirán de apoyo a nuevas investigaciones y para la toma de la decisión final de inversión o no.

El término Spa tiene varias versiones sobre su origen, entre ellas está Salute Per l'Aqcua, que significa Salud por el Agua, otra versión afirma que su nombre proviene de un lugar de Bélgica llamado Spa, pues desde la edad media era conocido en toda Europa por sus poderes curativos, tan popular se hizo esa palabra que llegó a conocerse como Spa a todos los lugares medicinales o con termas minerales.

En español es un término relativamente nuevo que llegó con los paquetes turísticos, pero en inglés si se encuentra registrado el término desde el siglo XVI denominando de esta manera a balnearios de aguas burbujeantes con metales disueltos con los que se decoraban los famosos baños de la ciudad llamada Spa en Bélgica.

Actualmente se conoce como Spa a establecimientos de ocio y salud dedicados a ofrecer terapias o sistemas de relajación, relacionándolos siempre con salud física donde la herramienta principal es el uso del agua para dichos fines a través de piscinas, jacuzzis, hidromasajes, chorros, sauna, sin que necesariamente se usen aguas medicinales, desde su aparición se han ido incrementado técnicas de aroma terapia, cromoterapia, hidroterapia, yoga, entre otras.

El Spa tiene como principio la holística, que considera al cuerpo como un sistema o un todo, y por ello no pueden tratarse sus partes por separado por el hecho de ser interdependientes, llegando a contemplar cuerpo, mente y espíritu, para que de este modo las personas puedan sentirse bien en todos los aspectos que las rodean. Para lograrlo se usan diferentes técnicas, además de masajes, aguas termales, se incluye sesiones de yoga, terapias de relajación, aceites y esencias florales, baños de frutas, meditación, según la necesidad de cada cliente.

La sociedad ha ido evolucionando a tal velocidad que no permite al individuo tener tiempos de reposo, pues el día a día comprende ir de la casa al trabajo y viceversa, sin que quede mucho tiempo para relajarse, disfrutar en soledad o con sus seres queridos, mucho menos para dedicar tiempo para sí mismo. (Vista Ok, 2011)

1.2.1 Tipos de mejora que ofrecen los Spa

Los Spa ofrecen varios tipos de mejora como son:

Mejora física: La relajación muscular es uno de los principales beneficios que se obtiene gracias a los tratamientos del Spa, por lo que las dolencias mejoran notablemente, desde lumbagos, dolores de espalda, dolores musculares, torceduras, esto a través del uso de aguas termales, masajes y tratamientos que logran que el dolor desaparezca. Es importante señalar que incluso enfermedades como la artritis que representan un problema óseo, pueden ser detenidas; no se cura por ser una dolencia crónica, pero el dolor deja de ser tan intenso y retrasa su esparcimiento.

Mejora psíquica: El estrés es el mal que afecta más frecuentemente a la sociedad actual, y esto provoca en el ser humano afecciones psíquicas que en ciertos casos pueden ser muy graves. Con tratamientos en un Spa, la persona consigue concentrarse en su cuerpo y en su mente aislándose del exterior, y de esta manera, dejando de lado la rutina diaria o los problemas que pueda tener en su vida, porque al estar cómodo y relajado, empieza a notar como su malestar psíquico y mental empieza a menguar.

Mejora estética: El Spa ofrece el ambiente propicio para sentirse relajado, sereno, y esta sensación de mejoría interna se transmite al exterior. En un Spa se ofrecen

tratamientos de belleza para la piel, como limpiezas de cutis, mascarillas a base de productos naturales, tratamientos anti edad, tratamientos corporales, etc.

Aunque los Spa tienen muchas ventajas, no son la solución definitiva a problemas que no sean de origen óseo o muscular, pero aunque no cure determinadas enfermedades, si son de gran ayuda para mejorarlas o atenuarlas, señalan estudios por ejemplo que pacientes diabéticos, tras someterse a tratamientos de un Spa, se restablecen, lo cual ha hecho notar a las personas que no solo se puede visitar un Spa por vanidad, sino mas bien por salud.

1.2.2 Alcances de los tratamientos en un Spa

Los Spa ofrecen tal variedad de tratamientos muy beneficiosos para las personas casi sin restricción, independientemente de su estilo de vida, dolencias o de sus posibles necesidades, además son una buena opción para personas que sufren dolores crónicos como los causados por artritis, pues el uso adecuado del agua mejora la lubricación de los huesos, esto hace que el dolor disminuya y ayuda a que la enfermedad avance lentamente; los masajes terapéuticos reducen los dolores musculares sin que sea necesario la ingesta de medicamentos para aliviarlos, especialmente dolores de espalda. (Suarez, 2010)

Se dice que todo tipo de personas pueden asistir a un Spa, pues sus tratamientos son naturales, pero quien asista a uno debe saber cuál podría ser el tratamiento que le va a servir para que la visita al Spa aporte beneficios, esto porque el uso de aguas termales por ejemplo no es muy recomendable para personas que sufren de insuficiencia cardíaca, várices, osteoporosis o reumatismos inflamatorios, en estos casos habría que consultar al médico para saber si el tratamiento de Spa que tiene en mente la persona es o no recomendable, igual de importante es tener cuidado en caso de tener pieles sensibles, alergias o dolencias que puedan verse afectadas con algún tipo de tratamiento. Teniendo en cuenta esto, si se puede decir que un Spa es recomendable para todo el mundo.

Además es importante acotar que los Spa son uno de los giros de turismo de salud con mucho potencial en el país. Se ha convertido en un segmento de alto crecimiento, se están abriendo centros de relajación donde va en aumento el crecimiento de potenciales clientes, los Spa son sitios de relajación que ofrecen tranquilidad y relajación tanto al cliente externo como al cliente interno y tienen amplias posibilidades de expansión, como en el caso de contar con un gimnasio acuático, es decir es muy versátil.

Ejercitarse es una actividad positiva y saludable, pues tonifica los músculos y libera endorfinas, lo que provoca un bienestar en el ser humano, además de que es importante para mantenerse en forma; ejercitarse en el agua es incluso mejor por ser el agua 900 veces más densa que el aire, por ello la persona que realiza ejercicios bajo el agua se siente menos pesada, lo que hace la actividad más agradable. Los ejercicios bajo el agua son excelentes para liberar tensiones y dolores, además de ser de gran ayuda para personas con sobrepeso, pues generalmente para personas que sufren de este mal, el hacer ejercicio se convierte en una tortura.

La gimnasia acuática es muy buena para relajarse, tonificar el cuerpo y adelgazar, incluso es recomendable para personas con capacidades diferentes, tercera edad, personas en estado de convalecencia e incluso mujeres embarazadas. Realizar ejercicios en el agua de forma moderada es el mejor ejercicio por la temperatura del agua, flotación, resistencia y presión hidrostática.

El medio acuático es propicio para realizar una serie de programas de entrenamiento, fortalecimiento e incluso recuperación de lesiones, cada vez hay más variedad de ejercicios físicos debido a la creciente demanda de personas que desean mejorar su salud de forma divertida, de ahí que los ejercicios bajo el agua pueden ser:

- **Ejercicios preventivos.-** En el caso de personas que no sufran de ningún tipo de lesión y desean fortalecer músculos en general.
- **Ejercicios terapéuticos.-** Con el debido diagnóstico se asigna la rutina de ejercicios que servirán al paciente, estas rutinas pueden ser de gran ayuda para mejorar amplitudes articulares, fuerza muscular, equilibrio, destrezas, etc.
- Ejercicios formativos.- Establecer una rutina de ejercicios de estiramiento, fortalecimiento y relajación de la musculatura según la actividad deportiva que la persona desempeñe, está enfocado especialmente para atletas.

A los ejercicios realizados en el medio acuático que permiten mejorar las cualidades físicas como fuerza, resistencia, velocidad, flexibilidad, control de peso, y también las cualidades derivadas como coordinación, equilibrio, ritmo y agilidad se los conoce como Aquafitness.

1.2.3 Beneficios del aquafitness

Esta actividad tiene una serie de beneficios como: (Ballesteros, 2012)

- Tonificación rápida y equilibrada: La resistencia que ofrece el agua es una carga uniforme y equilibrada para el óptimo desarrollo muscular.
- Aumento del consumo de calorías: Se puede quemar hasta 500 calorías por hora únicamente realizando una caminata dentro del agua, la diferencia es considerable, pues en tierra una persona puede quemar 240 calorías.
- El riego sanguíneo se eleva, lo cual mejora la circulación.
- El ritmo cardiaco mejora.
- Para mujeres embarazadas tiene beneficios como herramienta de ayuda para controlar el aumento de peso exagerado por sedentarismo, se prepara la musculatura y el organismo para el momento del parto, disminuye el dolor lumbar que causa el peso de la barriga, mejora la respiración y la frecuencia respiratoria.
- Gracias a todas estas ventajas mejora la confianza del individuo en sí mismo.

Existen contraindicaciones para realizar Aquafitness en casos muy particulares, por ejemplo personas con heridas abiertas, infecciones de la piel, infecciones urinarias, enfermedades virales o embarazos de alto riesgo. El juego y el placer en el gimnasio acuático ayudan a sostener tratamientos largos, especialmente con niños y adultos mayores.

1.2.4 El ser humano y su estilo de vida

Desde siempre el deseo del hombre ha sido vivir más y mejor, sin aceptar los cambios que la edad y el tiempo hacen en su salud física, mental y emocional. Las enfermedades y dolencias forman parte del proceso de envejecimiento, pero esto no tiene lugar en la cultura actual donde se pretende vivir una eterna juventud.

El estilo de vida de cada hombre o mujer determina su desarrollo en la sociedad, sus hábitos y comportamientos tienen un efecto importante y marcan su relación saludenfermedad, si los hábitos son malos darán como resultado enfermedades, mientras que hacer de los buenos hábitos una costumbre, conllevará una vida sana. Un estilo de vida saludable comprende disminuir los riesgos de enfermar a través de un control adecuado de tensiones y emociones negativas, constante régimen de ejercicios, dormir bien, distraerse, evitar el consumo de cafeína, nicotina, alcohol, tener un plan para el mejor uso del tiempo, y más que nada, tener un auto control de lo que invade a la humanidad hoy en día, el estrés.

Se dice que el estrés es la enfermedad del siglo, pues nadie escapa a sus efectos, el estrés es un factor de riesgo para el padecimiento de varias enfermedades a las cuales algunas personas son más vulnerables que otras. La vulnerabilidad ante el estrés es el grado de susceptibilidad de los individuos para sufrir consecuencias negativas por su causa, mientras más susceptible es una persona a este factor, más graves pueden ser las consecuencias causadas en su organismo.

Los elementos que determinan el factor de vulnerabilidad de una persona ante el estrés y su estilo de vida son:

- Autoestima.- Juicio personal de valía expresado en las actitudes que un individuo adopta hacia sí mismo. El nivel de autoestima que tiene una persona moldea el tipo de respuesta y de afrontamiento que presenta en una situación de estrés.
- Control.- Es muy importante a la hora de manejar el estrés. Tener control sobre situaciones o eventos estresantes aumenta el grado de tolerancia al mismo y por ende, sus efectos negativos y severos en la salud. Mientras más baja sea la

capacidad de control de estrés, más vulnerable será a la hora de afrontar situaciones de estrés.

- **Afrontamiento.-** Implica las estrategias para enfrentar estados emocionales negativos, solucionar problemas, proteger el autoestima.
- Fortaleza personal.- Se refiere al grado de compromiso que los sujetos asumen con lo que emprenden, la tendencia a evaluar las dificultades como reto, como algo que pone a prueba sus capacidades y no como una amenaza; el sentimiento de control sobre las propias circunstancias y la tendencia a enfocar los problemas de forma realista y con optimismo, centrado en la acción y la búsqueda de alternativas variadas de posibles soluciones.

En resumen los puntos clave para que un individuo se mantenga sano son:

- Llevar un Estilo de vida saludable
- Tratar de tener siempre una autoestima positiva y adecuada
- Autocontrol ante eventos de estrés
- Uso de estrategias de afrontamiento constructivas, adecuadas a eventos específicos
- Contar con una red de contactos sociales positivos que brinden apoyo en momentos de dificultad
- Adecuado nivel de fortaleza personal, con características como el compromiso, el reto, el control y manteniendo un optimismo sano y realista.
- Contar con valores y creencias que posibiliten afrontar con firmeza y tenacidad las dificultades de la vida.

No contar con todos estos factores al máximo, no quiere decir que un sujeto no tenga un perfil de seguridad, lo importante es la tendencia positiva con que se expresan estos factores, una expresión de tendencia negativa representa un riesgo.

La adopción de estilos de vida modernos traen consigo aparentes beneficios, la aplicación de tecnología para la conservación y preservación de alimentos han hecho que hoy por hoy exista mayor variedad en los alimentos para el consumo, pero por otro

lado ciertas conductas alimentarias como el consumo excesivo de de grasas, la disminución de lactancia natural, el tabaquismo, el alcohol, entre otros, son factores perjudiciales para la salud y nutrición, por lo que es necesario tomar medidas preventivas.

La actividad física, el consumo regular de frutas y verduras, un peso saludable, son básicos hoy en día para llevar un adecuado estilo de vida. Hoy por hoy tener buenos hábitos más que una opción, es una necesidad.

Un Spa es una opción para combatir el cansancio excesivo y el estrés que produce en las personas el actual estilo de vida que llevan. Las personas que viven en las grandes ciudades normalmente se sienten agotadas y estresadas por el exceso de trabajo, preocupaciones continuas, tráfico, prisas, problemas familiares, exigencias económicas, etc. Un spa es propicio para relajarse, además ciertos sitios incluyen actividades de ejercicio físico lo cual complementa el tratamiento para combatir el estrés.

1.2.5 Tipos de Spa

Existen varios tipos de establecimientos que brindan variados servicios y alojamientos, a continuación los principales tipos de Spa y sus características. (Suarez D. C., 2010)

1.2.5.1 Spa urbano o spa de día

Los Spa urbanos generalmente están ubicados en centros urbanos, los clientes pasan en este tipo de Spa por pocas horas y no se alojan en ellos, a estos centros los clientes acuden al terminar su jornada laboral, durante el día o el fin de semana. En los Spa urbanos se usan tratamientos rápidos de relajación y anti estrés, también son conocidos como Spa Diurno.

1.2.5.2 Spa hotel

Como su nombre lo indica está situado en un hotel donde el Spa es el servicio principal del hotel, este tipo de Spa es ideal para estancia y tratamientos más largos ya sean semanales o mensuales, que tengan un plan que incluya tratamientos de salud, relajación o belleza.

1.2.5.3 Spa de destinación

Este tipo de Spa ofrece una experiencia global pues combina el tratamiento de un hotel Spa con una alimentación que es controlada por nutricionistas y cuentan con asesores de salud que aconsejan a sus clientes, también se lo conoce como Spa Vacacional.

1.2.5.4 Spa de bienestar

También conocidos como Wellness Centers, estos Spa son orientados a mejorar la salud de los clientes con hábitos alimenticios y rutinas saludables.

1.2.5.5 Spa de cuidados

Los Spa de cuidados ofrecen tratamientos anti estrés que ayudan a sus clientes a sobrellevar el día a día.

1.2.5.6 Spa terapéutico

Este tipo de Spa ofrece una serie de tratamientos terapéuticos para el cuerpo y la mente.

1.2.5.7 Spa holístico

Este tipo de Spa es muy espiritual, su finalidad principal es conseguir un equilibrio en la vida a través de tratamientos para el cuerpo y para la mente, para que sus clientes puedan encontrar la paz interior.

1.2.5.8 Spa médico

Son especializados en el tratamiento médico para que los clientes puedan recuperarse de enfermedades óseas, lesiones deportivas o puedan mantenerse físicamente.

1.2.5.8 Spa de crucero

Están situados en cruceros, aquí los pasajeros pueden disfrutar de sus servicios en un ambiente relajado en alta mar.

En general todos los tipos de Spa son efectivos para aliviar enfermedades actuales por medio de tratamientos con los que las personas mejoran su salud, su aspecto físico y lucen más jóvenes. Los servicios que ofrecen los Spa no excluyen género, pues están enfocados tanto para el género masculino como para el género femenino.

El tipo de Spa que se propone en este estudio es un compendio de las características del spa de día y el spa médico para que sea posible ofrecer un servicio completo que además de mejorar la imagen también contribuya a mejorar la salud de las personas.

1.2.6 Características de los Spa y gimnasios acuáticos

Los Spa generalmente tienen varias plantas, espejos, rocas, en todos sus ambientes, está presente la musicoterapia y la aroma terapia, con juegos de luces que ofrecen calidez y generan comodidad en los clientes, de manera que puedan desconectarse de su rutina diaria.

El Spa garantiza la mayor parte de servicios posibles para dar solución a demandas estéticas y de salud para el usuario, cuenta con todo tipo de tratamientos faciales que deben ser cuidadosamente realizados por un profesional. (Ballesteros, 2012)

El personal debe tener formación eficiente sobre las indicaciones y contraindicaciones de los productos usados, además de tener conocimientos dermatológicos para observar y comunicar algún tipo de anomalía que pueda presentar algún paciente. Masajistas, kinesiólogos, esteticistas deben trabajar en conjunto y de manera coordinada.

Para el gimnasio acuático, la piscina debe tener la capacidad adecuada para el número de usuarios, además de contar con el mantenimiento necesario para prevenir enfermedades.

La temperatura del agua ideal para realizar esta actividad debe ser de 34 grados centígrados aproximadamente.

Un entrenador deportivo especializado en ejercicios acuáticos debe estar presente, así como también un rehabilitador para los ejercicios terapéuticos.

Se debe contar con suficientes pesas, mancuernas, flotadores, tablas de ejercicios, y demás herramientas necesarias para esta actividad.

El ambiente musical ayuda a la concentración del ejercicio y para alcanzar el ritmo de los mismos.

En cuanto a las edades para iniciar con el gimnasio acuático puede ser desde los cuatro meses de edad, y se puede practicar con las condiciones ideales de temperatura y nivel de cloración de la piscina. Es importante mencionar que una sesión incluye el ejercicio para todos los músculos: caminar en tres direcciones (hacia adelante, hacia atrás, de lado), ejercicios pendulares (con o sin peso), la barra de ejercicios, etc.

1.3 Marco de desarrollo y objetivos del estudio

La calidad de vida de las personas especialmente en el sector urbano, caracterizadas por el stress y el sedentarismo entre otros aspectos, hace que se necesiten y busquen alternativas en cuanto a centros de diversión y esparcimiento; lo cual genera oportunidades de potenciales negocios en el sector del turismo, sin importar si son micro, pequeñas, medianas o grandes empresas, todo dependerá de los estudios de factibilidad y la capacidad de inversión de los emprendedores. Considerando además que es el emprendimiento unos de los factores que inciden en la generación de empleo y el desarrollo de la economía del país.

El presente estudio de factibilidad surge como una respuesta a esa oportunidad detectada por el inversionista quien a partir de la propia experiencia ha creído conveniente investigar y evaluar la posibilidad de implementar una empresa de servicios de mantenimiento y relajación corporal SPA.

Son varios los aspectos que se pueden considerar como restricciones para la implementación del servicio ya descrito, una puede ser la limitación de capital, el elevado costo de la infraestructura y la amplia superficie que se podría requerir según el tamaño que se desee tenga el SPA. En un país en el cual la tendencia es el consumo de los bienes importados y escaza producción, existen dificultades para aquel que pretende iniciar un negocio, por un sinnúmero de restricciones como el exceso de impuestos, el índice inflacionario, el elevado costo de vida, aunque los indicadores que presenta el actual régimen (Rafael Correa) sostiene que la economía se ha estabilizado y tiende a mejorar, existen aspectos como el acceso al crédito que se dificulta porque cada vez es más difícil cumplir con los requisitos para ser sujeto de crédito, excesivas garantías entre otros. Sin considerar las elevadas tasas de interés si se toma en cuenta que se presta dinero en dólares.

Sin embargo la visión y optimismo de los emprendedores hace que se venzan las dificultades y en lugar de detenerse por los obstáculos, más bien se lancen en la búsqueda de oportunidades que les permitan realizar sus sueños y metas para convertirlas en empresas productivas y exitosas.

1.3.1 Descripción del sector

La provincia de Pichincha está conformada por nueve cantones, sus recursos propios son manejados por la Prefectura de Pichincha, los mismos son repartidos a todas las zonas que conforman la provincia, incluyendo barrios y parroquias. La ciudad de Quito está conformada por parroquias urbanas y rurales, las parroquias que conforman el Distrito Metropolitano son las que reciben mayores beneficios por su ubicación.

El Distrito Metropolitano de Quito se divide en 32 parroquias urbanas y 33 parroquias rurales.

Las parroquias rurales que forman parte del Distrito Metropolitano son: Alangasí, Amaguaña, Atahualpa, Calacalí, Calderón, Chavezpamba, Checa, Conocoto, **Cumbayá**, Gualea, Guangopolo, Guayllabamba, Llano Chico, Lloa, La Merced, Nanegal, Nanegalito, Nayón, Nono, Pacto, Perucho, Pifo, Píntag, Pomasqui, Puéllaro, Puembo, El Quinche, San Antonio, San José de Minas, Tababela, Tumbaco, Yaruquí, Zámbiza.

Mapa de las Parroquias Urbanas y Rurales del Distrito Metropolitano de Quito

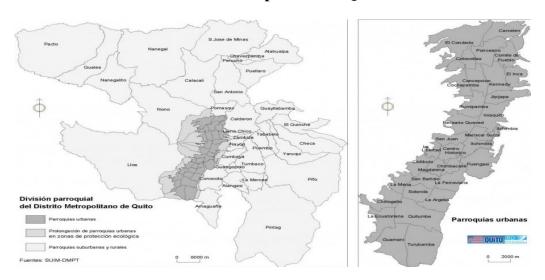


Figura Nº 1

La parroquia de Cumbayá está ubicada a veinte minutos de la ciudad de Quito, posee un legado histórico desde la época preincaica, pues allí se encontraron vestigios del Quito aborigen. Según la religión católica el nombre proviene del hebreo y quiere decir "Dios con nosotros". (Distrito Metropolitano, 2013)

El clima en Cumbayá difiere notablemente del de Quito, y el ambiente rural tiene un agradable contraste. Esta zona solía ser un área agrícola y ahora es una zona residencial / comercial donde se han asentado centros comerciales, bares, restaurantes, tiendas de diseño, joyerías y adicionalmente, espacios donde las personas pueden pasear y descansar.

1.3.1.1 Historia (Cumbayá, 2009)

Parque e Iglesia de Cumbayá



Figura Nº 2

Cumbayá es una de las parroquias más antiguas de la Provincia de Pichincha, se conoce fue bautizada por el Padre Alonso Hernández y fundada el 25 de Junio de 1571. En Guápulo y Cumbayá se encontraron restos arqueológicos pertenecientes a culturas que existieron 440 años antes de Cristo, lo que demuestra el movimiento cultural de la antigüedad pre incásica.

A Cumbayá se le ha completado anteponiendo el nombre de San Pedro, haciendo honor al santo más venerado en esta parroquia, al que se recurría en temporadas en las que se prolongaba o se acentuaba la sequía.

1.3.1.2 Economía

Cumbayá forma parte del Distrito Metropolitano de Quito, ubicada al nororiente de la Capital, presenta los índices más altos de plusvalía en el Ecuador. Además es sede de las Universidades más prestigiosas a nivel nacional como lo es la Universidad San Francisco de Quito. La población fija que alberga esta parroquia pertenece a niveles económicos altos, pues está conformada por las personas que solían estar ubicadas en la parte Norte de la Capital.

Cumbayá pasó de ser un pequeño pueblo rural a ser el principal destino inmobiliario de Quito, esto debido a la facilidad de comunicación vial y la corta distancia que los separa, adicionalmente cuenta con un clima privilegiado pues es subtropical, llega a 30 grados en verano y en las noches más frías hasta 6 grados centígrados, teniendo como media un clima entre los 12 y 26 grados.

Las vías principales de acceso son: la Vía de Los Conquistadores, que a mitad del camino se encuentra el pueblo de Guápulo, la Autopista Oriental y la Avenida Interoceánica, las tres comunican a la parroquia con la ciudad de Quito. El fácil acceso ha convertido esta parroquia particularmente agrícola en una zona industrial, pues se han instalado grandes y medianas empresas. En los últimos años Cumbayá ha tenido un enorme crecimiento con la instalación de los Centros Comerciales Villa Cumbayá, Plaza Cumbayá, el Centro Comercial Esquina, el C.C Scala y próximamente el Paseo San Francisco. La creación del nuevo aeropuerto en Tababela ha hecho que la parroquia pueda desarrollarse aún más.

Esta zona ha sido elegida por prestigiosos Colegios y Escuelas por las posibilidades de infraestructura, ambiente y seguridad, entre ellos están el Colegio Menor San Francisco de Quito, Colegio Alemán, Colegio Internacional Sek Los Valles, William Shakespeare School, Colegio Terra Nova, Cardenal Spellman entre otros.

En Cumbayá se han instalado también tiendas de artesanías, bares, discotecas y restaurantes tanto de comidas típicas como de comidas exóticas.

Esta parroquia es considerada turística por la serie de atractivos con los que cuenta, amplio horizonte, y hermosos paisajes a lo largo del camino, además de su centenaria iglesia de adobe, el parque ciclo vía hasta Puembo y demás centros de entretenimiento.

Es así que aparece este proyecto de inversión para la implementación de un centro especializado de mantenimiento y relajación corporal SPA, cuyos objetivos principales son:

1.3.1 Objetivos

De Mercado:

- Determinar si el Centro de Cuidado de Imagen y salud corporal, tendría aceptabilidad en el mercado de Cumbayá en el sector oriental de la ciudad de Quito.
- Establecer la frecuencia con que asisten las personas que conforman el mercado de Cumbayá a un Centro de cuidado de imagen y salud corporal.
- Fijar los principales factores que influyen en la decisión de asistir a un Centro de Cuidado de imagen y salud corporal dentro del mercado de Cumbayá.
- Determinar si la nueva técnica "Fitness Acuático" tiene aceptación en el mercado de Cumbayá.

Técnicos:

• Demostrar que existe la tecnología y el conocimiento adecuado para la operación de un centro especializado

Económicos:

- Establecer los costos necesarios e indicadores financieros que permitan una toma de decisión
- Demostrar que es económicamente rentable la implementación del centro especializado.

CAPÍTULO II

ESTUDIO DE MERCADO

"El **estudio de mercado** consiste en una iniciativa empresarial con el fin de hacerse una idea sobre la viabilidad comercial de una actividad económica". (Wiki pedía, la enciclopedia libre.)

El mercado se define como "el área en la cual convergen las fuerzas de oferta, demanda y precios"; entonces "el Estudio de Mercado no es más que el análisis y determinación de la oferta y la demanda, así como de los precios del proyecto". (Manual de Proyectos de Desarrollo Económico, 1998)

2.1 Objetivos del estudio de mercado

2.1.1 Objetivo general

Conocer las expectativas así como también las necesidades de los posibles usuarios para de esta manera determinar el segmento de mercado al cuál se dirigirá el Spa con Gimnasio acuático.

2.1.2 Objetivos específicos

- Definir los servicios que el Spa, ofrecerá para satisfacer las necesidades de los clientes en la Provincia de Pichincha.
- Analizar la demanda.
- Determinar la existencia de una demanda que viabilice la ejecución del proyecto.
- Determinar la oferta que existen en el mercado como base para el cálculo de la demanda insatisfecha.
- Establecer el precio de los servicios que el Spa va a ofrecer.
- Determinar la competencia y problemas que afectan a empresas que ofrecen servicios de Spa

• Definir los medios y estrategias de Marketing necesarias para garantizar la competitividad de los servicios del Spa.

2.2 Identificación del servicio

El SPA pretende brindar un servicio de mantenimiento corporal y relajación en la parroquia de Cumbayá del Distrito Municipal Zonal Tumbaco, preferentemente a personas adultas hombres y mujeres mayores de 20 años de edad.

El proyecto está orientado al desarrollo de actividades enfocadas en el servicio, que garanticen la adecuada satisfacción del cliente, ofreciendo un servicio completo en el spa y gimnasio acuático, que integre tratamientos estéticos y técnicas de relajamiento, para lo cual se invertirá en instalaciones completamente nuevas y diferentes, para todo tipo de gustos y preferencias. El Spa se convertirá en el lugar donde se producirá una interrupción en el proceso cada vez más creciente del estrés cotidiano y donde se podrá visualizar una conexión del pensamiento con el cuerpo, sentir que el cuerpo se activa y a la vez la mente se relaja.

Desde que el cliente ingresa al Centro de Mantenimiento y relajación SPA, será atendido por uno de los dos Asesores Profesionales, quien le preguntará al cliente sobre el servicio-tratamiento que desea realizarse. Inmediatamente después que el interesado haya expresado su propósito del servicio, el Asesor realizará una evaluación de las características del cliente tales como; color de piel, color de cabello, forma de su rostro, color de ojos, necesidades de tratamiento que él tiene pensadas, etc. Ante ésta evaluación el asesor le indicará el tratamiento o servicios que más se ajusten a sus requerimientos.

De esta manera al cliente se le dará asesoría en toda la duración de su visita. El Asesor también ofrecerá como parte del servicio los paquetes de Servicios-Tratamientos que se disponen en el centro:

Paquete de cosmetología facial:

Paciente en tratamiento facial



Figura 3

- 1) Limpieza.
- 2) Exfoliación.
- 3) Masaje.
- 4) Maquillaje.

Paquete de Spa:

Paciente en sesión de Aromaterapia



Figura 4

- 1) Masaje relajante
- 2) Masaje reductor
- 3) Reflexología.
- 4) Hidroterapia.
- 5) Aromaterapia
- 6) Sauna

Personal realizando servicio de masaje



Figura 5

Paquete de servicios:

- 1) Manicure
- 2) Pedicure
- 3) Depilación.

El centro también tendrá atención a niños acompañados de un adulto.

2.2.1 Clasificación por su uso y efecto

Por su uso, el servicio de mantenimiento corporal y relajación, el SPA constituye un servicio de diversión y entretenimiento, que todas las personas como tales requieren, de ahí que representa una necesidad en el ser humano.

Al satisfacer esa necesidad de diversión y esparcimiento, se sienten alegres, motivados, con más ánimo para reintegrarse a las actividades diarias de cada uno, llegando a ser más productivos en los desempeños individuales.

Tomando en cuenta, la clasificación por su efecto, esta empresa, pretende brindar un servicio de innovación al ofrecer los distintos tratamientos para el bienestar y relajación personal en un solo sitio; además de que, promocionará el sector de Cumbayá y el Valle de Tumbaco, creará fuentes de empleo.

Cuadro Nº 1: Clasificación por su Uso y Efecto

CLASIFICACIÓN	CONCEPTO	PRODUCTO
Intangibles.	Recreación y	Sesiones de mantenimiento
	entretenimiento.	y relajación
No duraderos.	Alimentación y bebidas.	Cremas, insumos
		utilizados en los
		tratamientos plantas
		medicinales, etc.
Duraderos.	Instalaciones.	
		Equipo de oficina, equipo

Fuente : Investigación Preliminar **Elaborado por:** Verónica Sánchez

De acuerdo con la Clasificación Industrial Internacional Uniforme, CIIU; este Proyecto se encuentra ubicado en el Sector de Servicios Comerciales, Sociales y Personales; subsector Servicios de Diversión, Esparcimiento y Culturales y sus actividades son: Otros servicios de Diversión y Culturales.

Cuadro Nº 2 Clasificación Industrial Internacional Uniforme (CIIU)

CÓDIG	SECTOR	
9400	Servicios de Diversión, Esparcimiento y Culturales	

Fuente : CIIU Elaborado por: Verónica Sánchez

2.2.2 Servicios sustitutos y complementarios

El Valle del Nororiente se ha constituido en un atractivo turístico, ya que este sector ha tenido un crecimiento inusitado de la población, provocando su rápida urbanización, en los últimos años; lo que ha permitido el aparecimiento de mayores necesidades que tienen que ser satisfechas. Desde el punto de vista empresarial se han instalado un sinnúmero de lugares dedicados al esparcimiento y diversión, restaurantes, centros de estética, hosterías y hoteles de diferentes categorías donde disponen adicionalmente de

espacios de esparcimiento y recreación que en muchos casos cuentan con grandes áreas verdes, piscinas, etc.

Por lo expuesto, entre los principales y más importantes servicios sustitutos de este Proyecto, se puede citar a Peluquería y Spa Cumbayá, Hidro Spa del Valle.

Como servicios complementarios, se consideran: las hosterías y hoteles que ofrecen servicios de Sauna e hidromasaje, piscinas y tratamientos especializados, los centros de estética y belleza que ofertan tratamientos en la piel y el cabello.

2.3 Análisis de la demanda

La demanda es el volumen de bienes y servicios que pueden adquirir un conjunto de consumidores a determinados precios.

El fundamento de la demanda reside en la necesidad, pero ésta, por sí sola, no es suficiente para llegar a la compra. El deseo de compra movido por la necesidad ha de ir acompañado de la posibilidad real de adquirir el bien o servicio. Si no existe capacidad de pago, no hay demanda en sentido económico.

Los empresarios no crean necesidades, pero desarrollan productos para satisfacerlas, ejercen influencia sobre la demanda de productos y/o servicios atractivos, los deseos son ilimitados, mientras que los recursos no; el consumidor compra beneficios.

Desde hace mucho tiempo a nivel nacional han existido salas de relajación y estética, así como también lugares especializados en terapias o fisioterapias, además de balnearios con servicios de sauna, turco, hidromasaje, etc. En ciertas ciudades, sin embargo, esto ha ido evolucionando y se han unificado tomando el nombre de Spas; es por eso que en el valle de Cumbayá se viene realizando una investigación sobre centros de relajación y salud integral, de tal manera que se determinó que no existe un sitio que de forma integrada preste estos servicios, sino que continúan en el mercado los mismos centros de belleza, estética, centros de fisioterapia, centros de masajes, balnearios, centros turísticos, etc.

2.3.1 Demanda histórica

Con el fin de determinar la demanda histórica se ha investigado los antecedentes en cuanto a la existencia de Spas en la ciudad de Quito, acudiendo a información disponible de: el Servicio de Rentas Internas, Cámara de Comercio de Quito, Ministerio de Salud Pública, páginas web, folletos y revistas relacionadas con el tema. Lamentablemente no existen datos históricos relacionados con este tipo de servicios, a pesar de que están en el mercado pero son muy recientes como para que existan datos anteriores; por lo que, ha sido necesario recurrir a la información proporcionada por personas encuestadas, es decir haciendo uso de las fuentes primarias.

Es importante señalar que el sector urbano de estas parroquias, está habitado en gran medida por personas de clase media-alta y alta, que es el segmento de mercado que se desea captar, para las cuales el problema no son los precios sino la diferenciación del servicio.

2.3.2 Demanda actual

Para poder cuantificar la demanda presente se va a realizar una investigación de mercado.

Para ello será necesaria la siguiente información:

- Cantidad de personas interesadas en recibir los servicios completos de un Spa con Gimnasio Acuático.
- Necesidades y requerimientos de los clientes que buscan satisfacer para sentirse bien y encontrar mejoría a sus dolencias.
- Características de las personas que presentan interés en su imagen y la relevancia que le dan a la imagen que proyectan actualmente.
- Precios que los interesados estarían dispuestos a pagar por los servicios que se ofrecerán en el Spa.
- Factores que los clientes consideran para optar por estos servicios.

Considerando, que la población total del Valle de Tumbaco es de 157.358 habitantes, la misma que tiene una proyección creciente a una tasa del 2.2% anual, con 55.673 habitantes la parroquia de Cumbayá y 101.684 habitantes la parroquia de Tumbaco al año 2.010¹, por lo que se convierte en un mercado atractivo para este Proyecto.

A continuación se presenta información procedente del INEC, correspondiente al año 2.010, la misma que ayudará a determinar la demanda actual del Servicio, en base a proyecciones.

Cuadro Nº 3 Población por parroquias según Censo 2010

Parroquia	PEA	Población Total	Número de Hogares	
Cumbayá	24.028	55.673	14.651	
Tumbaco	43.887	101.684	26.759	
TOTAL	67.915	157.358	41.410	

Fuente : Censos de Población, INEC. STHV-MDMQ **Elaborado por :** Verónica Sánchez

Esta distribución de la población se ha generado en base a los datos encontrados en la Planificación del Distrito Metropolitano de Quito 2012 – 2022, cuyos datos sirvieron de base para la elaboración de las tablas que aquí se presentan.

Cuadro Nº 4
Población Económicamente Activa por edades

PARROQUIA	POBLACIÓN										
EDADES	20 -	25 –	30 –	35 -	40 -	45 -	50 -	55 -	60 -	65 - 69	70 -
	24	29	34	39	44	49	54	59	64		74
CUMBAYA	2.907	2.307	1.754	1.322	1.009	769	697	505	445	396	288
TUMBACO	5.310	4.213	3.204	2.414	1.843	1.404	1.273	922	812	724	527
PROMEDIO	4.109	3.260	2.479	1.868	1.426	1.087	985	713	628	560	407

Fuente : Censos de Población, INEC. STHV-MDMQ **Elaborado por :** Verónica Sánchez

¹A pesar de que el dato de la población total corresponde al Censo 2010, se ha realizado una aproximación en cuanto a la población de Cumbayá y Tumbaco.

38

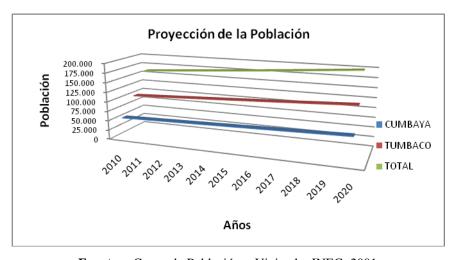
De acuerdo a los resultados del censo de población del año 2012, la tasa de crecimiento en la ciudad de Quito esta por el orden del 2,2%, lo cual indica que está por debajo del promedio nacional que es del 2,9% por tanto el siguiente cuadro de proyección poblacional se basa en este indicador oficial.

 $\label{eq:cuadro} Cuadro~N^o~5$ Proyección de la población 2010 – 2020 en base al censo 2010

		POBLACIÓN PROYECTADA 2010 - 2020									
	2010	2010 2011 2012 2013 2014 2015 2016 2017 2018 2019 2020									
CUMB	55.6	56.8	58.1	59.4	60.7	62.0	63.4	64.8	66.2	67.7	69.2
AYA	73	98	50	29	36	72	38	34	60	18	08
TUMB	101.	103.	106.	108.	110.	113.	115.	118.	121.	123.	126.
ACO	684	921	207	544	932	372	867	416	021	683	404

Fuente : Censos de Población, INEC. STHV-MDMQ **Elaborado por :** Verónica Sánchez

Gráfico Nº 1 Proyección de la población 2010 – 2020 en base al censo 2010



Fuente: Censo de Población y Vivienda, INEC, 2001 Elaborado por: Verônica Sánchez

El cálculo de La población actual está en base a las proyecciones determinadas con La tasa de crecimiento del 2,2% anual que se ha sido determinada para La ciudad de Quito, en base a los resultados del censo 2010; por lo que, el gráfico demuestra cual es la tendencia de crecimiento hasta el año 2020.

Cuadro Nº 6 Determinación de la Demanda

PARROQUIA	POBLACION	PROYECCIÓN	PEA	POBLACION
THRROQUIT	2010	2012	2012	20 – 74 AÑOS
CUMBAYÁ	55.673	58.150	25.098	12.671
TUMBACO	101.684	106.207	45.839	23.144
TOTAL	157.357	164.357	70.936	35.815

Fuente : Censos de Población, INEC. STHV-MDMO

Elaborado por : Verónica Sánchez

En base a lo investigado se ha establecido que la demanda para el tupo de negocios que se pretende establecer es de 35.815 personas de entre 20 y 74 años de edad, las mimas que forman parte de la PEA (INEC, 2010): Se considera este grupo por estar constituido por quienes generan ingresos y tiene independencia económica

2.3.2.1 Metodología de la investigación

La investigación a utilizar será de tipo cuantitativa, la misma que utilizará la técnica de la encuesta para la recolección y procesamiento de la información.

Las principales técnicas de investigación de campo son: la observación directa, la entrevista y cuestionario. Su construcción comprende la elaboración de formatos, como fichas de observación, guías de entrevistas, formularios, encuestas y otras, junto a sus respectivos instructivos. (Guevara, 1992)

La encuesta es una técnica de investigación que permite la recolección de datos por medio de preguntas cerradas o abiertas, con el fin de conocer información de la población como: hábitos de consumo, ingresos, gustos y preferencias, etc.; información que luego será procesada y cuantificada, según los requerimientos del investigador.

Las técnicas de investigación aplicables a este Proyecto son: observación directa, de los servicios que ofrecen los centros existentes ya sea como clientes o con fines investigativos; además, se realizarán encuestas en el sector del Valle de Tumbaco y

Cumbayá en Centros Comerciales y Lugares de concurrencia de público, para determinar sus requerimientos, gustos, frecuencia de servicio, y se considerarán entrevistas focales al personal de estos mismos centros, las mismas que proporcionan información válida sobre el tema como preferencias y costumbre de consumo, frecuencia de asistencia a estos sitios y ofrecer el servicio.

2.3.2.2 Segmentación del mercado

La segmentación de mercado consiste en separar una población total o global en grupos más pequeños con características comunes para atender mejor a esos consumidores. La segmentación se la puede realizar en base a dos fundamentos, que son: por las características del consumidor y por el comportamiento del consumidor.

A continuación se presenta un cuadro de segmentación de mercado, el mismo que selecciona a grupos con características similares, considerando este servicio; como por ejemplo: edades, frecuencia de uso, nivel social, estilos de vida, etc.

Cuadro No. 7 Segmentación del Mercado

CRITERIO DE SEGMENTACIÓN	SEGMENTOS TÍPICOS DEL MERCADO					
GEOGRÁFICOS						
Región:	Región: Ecuador, Pichincha					
Valle de Tumbaco y Cumbayá						
Urbana - Rural:	Urbana					
Clima	Templado Seco					
	DEMOGRÁFICOS					
Población:	Población de Tumbaco = 101.684 hab.					
	Población de Cumbayá = 43.881 hab.					
Nivel de natalidad:	Media					
Ingresos:	De 1.000 dólares en adelante. Género					
Masculino y femenino						
Ciclo de vida:	Adultos					
Clase social:	Media alta y Alta					
Escolaridad ocupación:	Profesionales DEA					
	CONDUCTUALES					
Beneficios deseados:	Completo, calidad, diferenciado, personalizado					
Frecuencia de solicitar servicio:	Mínimo una vez al mes					
	PSICOLÓGICOS					
Estilo de vida:	Comodidad, distinción					
Personalidad:	Extrovertida, sociable, original					

Fuente : Investigación Preliminar **Elaborado por :** Verónica Sánchez

Esta segmentación responde al sector socioeconómico que se ha determinado como ideal para ofertar el servicio especializado que presenta el proyecto.

2.3.2.3 Segmento objetivo

Mercado objetivo es entendido como el segmento del mercado al que está dirigido un

producto. La estrategia de definir un mercado objetivo consiste en la selección de un

grupo de clientes a los que se quiere prestar servicio.

El segmento objetivo, de este proyecto, está dado por la población adulta entre los 20 y

74 años de edad que residan o realicen algún tipo de actividad en Cumbaya y Tumbaco.

Se consideran los hogares de la clase media, media alta y alta como el segmento

objetivo; tomando en cuenta ciertas variables como preferencias y tendencias de

consumo.

El Universo de este Proyecto, está dado por la Población Económicamente Activa, cuyo

porcentaje con relación al Total de la Población del Valle de Tumbaco es del 43%.

Cuadro No. 8 Determinación del Universo

PARROQUIA	PROYECCIÓN 2012	PEA
CUMBAYÁ	58.150	25.098
TUMBACO	106.207	45.839
TOTAL	164.357	70.936

Fuente : Censos de Población, INEC. STHV-MDMQ

Elaboración : Verónica Sánchez

Entonces se tiene que el universo para el proyecto está conformado por 70.936 habitantes que corresponde al 43% de la población del Valle de Tumbaco y de los cuales se tomará una muestra representativa para ejecutar la investigación de mercado.

42

Cuadro No. 9 PEA por género

Género	Porcentaje	Habitantes
Hombres	48,46%	34.376
Mujeres	51,54%	36.561
Total	100%	70.936

Fuente : Censos de Población, INEC. STHV-MDMQ **Elaborado por :** Verónica Sánchez

2.3.2.4 Tamaño de la Muestra

Muestra.- Es un subconjunto de la población, una parte representativa, que facilita el manejo de los datos. (Rivera, 2000 -2001)

Previamente a la realización de la encuesta, se hizo una prueba piloto, similar al cuestionario del proyecto, en la cual la pregunta filtro era si deseaban utilizar los servicios del SPA, el 70% contestaron que si el otro 30% dijeron que no y al obtener resultados positivos en la formulación de las preguntas, se procedió a utilizar las mismas en la encuesta; con esta prueba se determinará a cuantas personas se realizará el cuestionario.

El tamaño de la muestra es realizado por el método probabilístico de muestreo simple aleatorio, con un margen de error del 5%, mediante la siguiente fórmula:

$$n = \frac{Z^2 pqN}{Ne^2 + Z^2 pq}$$

En donde:

n = tamaño de la muestra

Z = nivel de confianza del 95%

P = variabilidad positiva del 0,70

q = variabilidad negativa del 0,30

N = tamaño de la población: 70.936

e = precisión o error: 5%

$$n = \frac{1,96^{2}(0,7)(0,3)(70.936)}{70.936(0,05)^{2} + 1,96^{2}(0,7)(0,3)} = \frac{57.226,624}{178,1463} = 321$$

n = 321

Entonces el tamaño de la muestra representativa es de 321, lo cual significa que habrá que aplicar ese número de encuestas

De acuerdo a la metodología de investigación utilizada, se formuló un cuestionario, para aplicarlo a la muestra, su formato es el siguiente, el mismo que será adjuntado como anexo.

ESCUELA POLITÉCNICA SALESIANA ESCUELA DE CIENCIAS ECONÓMICAS, ADMINISTRATIVAS Y DE COMERCIO

Buenos Días:

Soy estudiante de la Escuela Politécnica Salesiana, estoy realizando una encuesta relacionada con el tema de centros de relajación y mantenimiento corporal en el valle de Tumbaco y Cumbayá.

de Tumbaco y Cumbayá. Agradecería su colaboración. **CUESTIONARIO** _____ Edad: __ Domicilio: Nivel de Ingresos: 1.- ¿Asiste usted a centros especializados en belleza y relajación? (Marque con una x) Si No 2.- ¿Qué Tipo de servicios ha solicitado? Califique del 1 al 5, donde 1 sea más importante. 1. Masaje relajante 2. Masaje reductor 3. Reflexología. ____ 4. Acupuntura. Hidroterapia. ____ 5. 6. Aroma terapia ____ 7. Sauna 3.- ¿Con que frecuencia asiste usted a estos sitios y cuantas veces? (Marque con una x, la frecuencia) **FRECUENCIA** No. DE VECES Mensual Semestral Anual 4.- ¿Dónde asiste preferentemente cuando necesita relajarse o mantener su cuerpo sano? (Marque con una x) 1. Centro de estética y Belleza ____ 2. Balnearios 3. Gimnasio 4. SPA

5. Centro de Yoga y meditación____

5 Qué entiende usted por Spa?
 Es un establecimiento que ofrece alternativas de relajación. Es una sala de belleza Servicios basados en la utilización del agua Es un Balneario Todos los anteriores
6 ¿Normalmente cuántas personas coinciden con usted en estos sitios? (Marque con una x)
1. Entre 1 - 3 2. Entre 4 - 6 3. Entre 7 - 10 4. Más de 10 personas
7 Califique el servicio recibido por esta clase de locales al que Ud. acudió. (Marque con una x)
1. Excelente: 2. Muy bueno: 3. Bueno: 4. Regular:
8 ¿Para Ud. que es lo más importante en el servicio que solicita? Califique del 1 al 5; donde 1 es el más importante.
1. Instalaciones 2. Diferenciación y originalidad 3. Calidad en servicio y productos 4. Ambientación 5. Tecnología 6. Comodidad
9 ¿Conoce de alguna empresa o local que ofrezca el servicio de mantenimiento corporal y relajación en el sector del Valle de Cumbayá: (Marque con una x). Si No Nombre de la Empresa
10 ¿Le gustaría que en el valle de Cumbayá, exista una empresa que ofrezca un servicio integrado de mantenimiento corporal y relajación con instalaciones de última tecnología y con mucho confort con productos y servicios de calidad?
Si No

11 ¿Cuánto con una x)	o estaría dispuesto a pagar por un servicio completo para usted? (Marque
3. 4.	35 dólares 40 dólares 45 dólares 50 dólares Más de 50 dólares
•	estas razones cree usted ameritan la aplicación de técnicas de relajación y el SPA? (Marque con una x)
1. 2. 3. 4. 5.	Disminuir el estrés Reducir medidas Tener un equilibrio cuerpo y mente Estar más saludable Mejorar su estilo de vida Mejorar su estilo de vida
13¿Cuándo	iría usted a un Spa con Gimnasio acuático? (Marque con una X)
3. 4.	Después del trabajo Antes del trabajo Fines de semana Feriados Vacaciones La companya de la companya del companya del companya de la companya del companya de la companya del companya de la companya del companya de la companya del companya de la companya de la companya de la companya de la
14 ¿En qué Integral Spa?	ubicación preferiría que se encuentre el Centro de Estética y Salud
1. 2. 3. 4.	Cumbayá Primavera San Juan San Francisco
15 ¿Qué ser favor	rvicio o producto adicional le gustaría? Descríbalo en una frase corta por
2	

2.3.2.5 Procesamiento de la información

Una vez que se ha aplicado la encuesta se tienen los siguientes resultados:

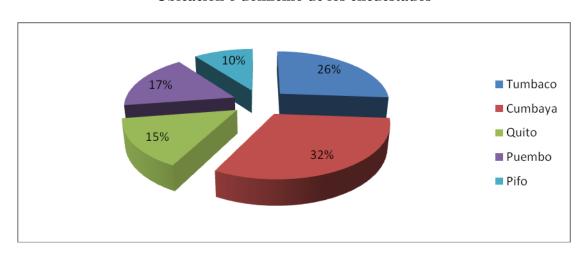
Información General:

- Domicilio de los encuestados:

Cuadro Nº 10 Lugar de domicilio de los encuestados

LUGAR	FERCUENCIA
Tumbaco	84
Cumbayá	101
Quito	48
Puembo	55
Pifo	33
TOTAL	321

Gráfico Nº 2 Ubicación o domicilio de los encuestados



Fuente : Investigación de Campo **Elaborado por** : Verónica Sánchez

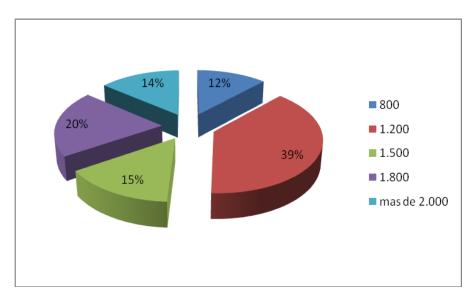
El 32% de los entrevistados vive en Cumbayá mientras que el 26% lo hace en Tumbaco siendo estos dos resultados los más importantes, el 42% restante vive en sitios aledaños como Quito, Puembo y Pifo.

- Nivel de Ingresos de los encuestados:

Cuadro Nº 11 Nivel de Ingresos de los encuestados

Nivel de Ingresos:	Frecuencia
800	39
1.200	124
1.500	48
1.800	65
mas de 2.000	45
	321

Gráfico Nº 3 Nivel de Ingresos de los encuestados



Fuente: Investigación de Campo Elaborado por: Verónica Sánchez

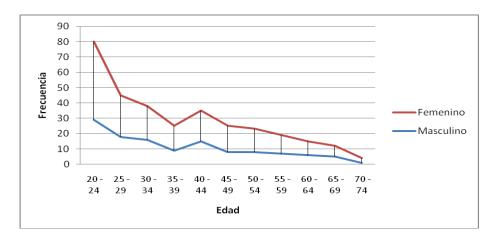
El 88% de los encuestados tiene ingresos superiores a los \$1.000 lo cual manifiesta un poder adquisitivo que le permite acceder a servicios considerados no de primera necesidad, así el 39% gana hasta \$1.200 dólares, un 20% dice tener ingresos superiores a los \$1.800, otro 15% en cambio no supera los \$1.500 y finalmente apenas un 12% no supera ingresos de \$800.

- Edad y género de los encuestados:

Cuadro Nº 12 Edad y género de las personas encuestadas

Edad:	Masculino	Femenino	% M	% F	% T
20 -24	29	51	9,03%	15,89%	24,92%
25 - 29	18	27	5,61%	8,41%	14,02%
30 - 34	16	22	4,98%	6,85%	11,84%
35 - 39	9	16	2,80%	4,98%	7,79%
40 - 44	15	20	4,67%	6,23%	10,90%
45 - 49	8	17	2,49%	5,30%	7,79%
50 - 54	8	15	2,49%	4,67%	7,17%
55 - 59	7	12	2,18%	3,74%	5,92%
60 - 64	6	9	1,87%	2,80%	4,67%
65 - 69	5	7	1,56%	2,18%	3,74%
70 - 74	1	3	0,31%	0,93%	1,25%

Gráfico Nº 4 Edad y Género de los encuestados



Fuente : Investigación de Campo Elaborado por : Verónica Sánchez

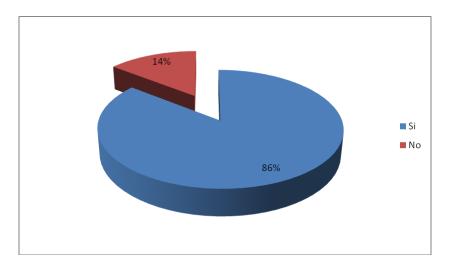
Cerca del 25% de los encuestados tiene entre 20 -24 años, un 35% de los entrevistados se encuentra entre los 25 – 44 años de edad, alrededor de un 26% está entre los 45 – 64 años, y un 5% son mayores de 65 años; también se puede establecer que un 51% de los encuestados están entre los 25 y 64 años. Esta información demuestra que hay una variada distribución por edades entre las personas consultadas.

Pregunta Nº 1.- Asiste usted a centros especializados en belleza y relajación?

Cuadro Nº 13 Asistencia de centros especializados

1 ¿Asiste usted a centros especializados en belleza y relajación? (Marque con una x)	
Si	275
No	46
TOTAL	321

Gráfico Nº 5 Asistencia a centros especializados



Fuente : Investigación de Campo **Elaborado por** : Verónica Sánchez

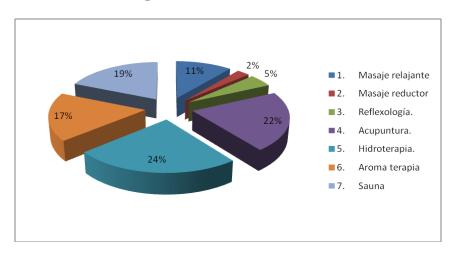
El 86% de los encuestados responde que si asiste a algún centro de belleza o de relajación mientras que el 14% contesta negativamente, esto indica que existe un gran interés por cuidar el cuerpo y la búsqueda de la relajación y esparcimiento con lo que se abre una gran posibilidad para el servicio que se pretende ofertar.

Pregunta Nº 2.- Qué tipo de servicios ha solicitado? Califique del 1 al 5, donde 1 sea más importante

Cuadro Nº 14 Tipos de servicios solicitados

2 ¿Qué Tipo de servicios ha solicitado? Califique del 1 al 5, donde 1 sea más importante.		
	Tipo de Servicio	Frecuencia
1.	Masaje relajante	35
2.	Masaje reductor	8
3.	Reflexología.	15
4.	Acupuntura.	69
5.	Hidroterapia.	78
6.	Aroma terapia	56
7.	Sauna	60
	TOTAL	321

Gráfico Nº 6 Tipos de servicios solicitados



Fuente : Investigación de Campo **Elaborado por** : Verónica Sánchez

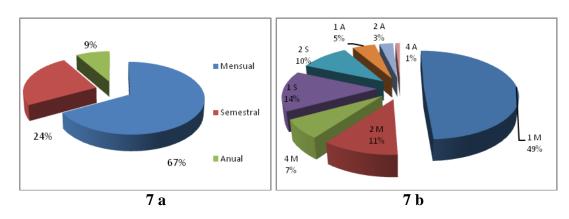
El 24% de los encuestados dice haber asistido a sesiones de aroma terapia, un 22% en cambio ha tratado con acupuntura; un 19% por su parte ha visitado un sauna, otro 17% afirma que recibió aroma terapia y el resto en menor grado 11% masajes relajantes y un 7% otros servicios especializados. Esto indica una prevalencia de tratamientos tradicionales o difundidos con mayor popularidad.

Pregunta Nº 3.- Con que frecuencia y cuantas veces asiste a un Centro especializado?

Cuadro Nº 15

FRECUENCIA			No. DE VECES
Mensual	215	1	158
		2	35
		4	22
Semestral	79	1	47
		2	32
Anual	27	1	15
		2	9
		4	3
TOTAL	321		321

Gráfico Nº 7



Fuente: Investigación de Campo Elaborado por: Verónica Sánchez

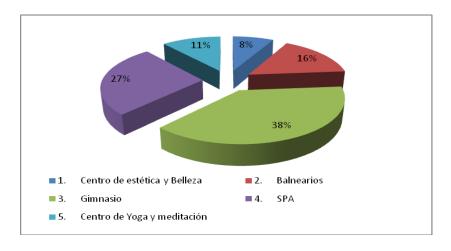
El 67% responde que asiste mensualmente a un centro para tratamiento, además el 49% lo hace una vea al mes, el 11% 2 veces al mes y un 7% lo hace 4 veces al mes. Por otra parte un 24% dice asistir semestralmente, pero un 14% lo hace una vez al semestre y un 10%, 2 veces en ese período; finalmente, el 9% asiste anualmente, un 5% lo hace una vez al año, el 3% 2 veces al año y un 1% lo hace 4 veces al año. Esto indica que existe una demanda frecuente del servicio para cerca del 50% de entrevistados que asisten por lo menos una vez al mes.

Pregunta Nº 4.- Dónde asiste usted a estos sitios y cuántas veces?

Cuadro Nº 16

4	¿Dónde asiste preferentemente cuando necesita relajar mantener su cuerpo sano? (Marque con una x)	se o
1.	Centro de estética y Belleza	25
2.	Balnearios	51
3.	Gimnasio	123
4.	SPA	86
5.	Centro de Yoga y meditación	36
	TOTAL	321

Gráfico Nº 8



Fuente: Investigación de Campo Elaborado por: Verónica Sánchez

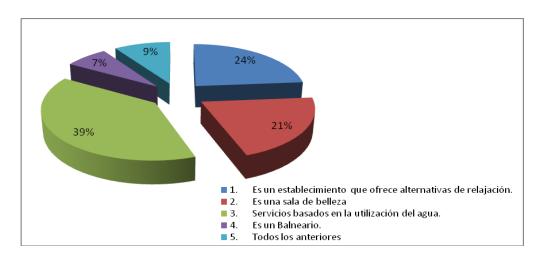
El 38% de las personas encuestadas asiste a un gimnasio para mantener su cuerpo sano, un 27% acude a un SPA en búsqueda de relajación, otro 16% frecuenta balnearios para buscar diversión y esparcimiento. Por su parte un 11% asiste a un centro de yoga y meditación y finalmente un 8% se dirige a una centro de estética y belleza para darse tratamientos en la piel y cabello. Esta información indica que las personas demandan de servicios que se pretenden dar en el centro especializado que propone el proyecto.

Pregunta Nº 5.- Qué entiende usted por Spa?

Cuadro Nº 17

	5 Qué entiende usted por Spa?	
1.	Es un establecimiento que ofrece alternativas de relajación.	76
2.	Es una sala de belleza	67
3.	Servicios basados en la utilización del agua.	125
4.	Es un Balneario.	23
5.	Todos los anteriores	30
	TOTAL	321

Gráfico Nº 9



Fuente : Investigación de Campo Elaborado por : Verónica Sánchez

Análisis:

Para el 39% de los entrevistados el concepto de SPA representa un centro de servicios basados en agua; no así para un 24% que en cambio lo considera como un centro de

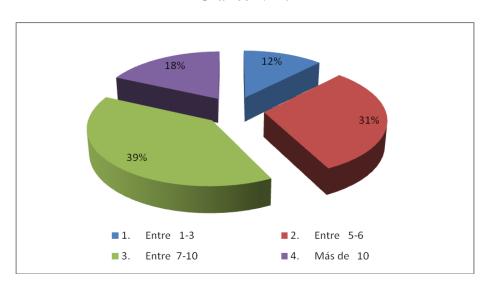
relajación, otro 21% cree que es un centro de belleza; un 7% lo describe como un balneario y para un 9% significa todo los servicios anteriores en un mismo sitio, como se puede apreciar las personas no tiene claro el concepto de Spa, por lo que se deberá trabajar en la difusión de su verdadero significado.

Pregunta Nº 6.- Cuántas personas coinciden cuando usted asiste a estos sitios?

Cuadro Nº 18

6	¿Normalmente cuántas personas coincide usted en estos sitios? (Marque con una x	
1.	Entre 1-3	39
2.	Entre 5-6	98
3.	Entre 7-10	126
4.	Más de 10	58
	TOTAL	321

Gráfico Nº 10



Fuente: Investigación de Campo Elaboración: Verónica Sánchez

Análisis:

Un 39% de las personas sostiene que cuando asiste a un centro especializado en búsqueda de relajación y mantenimiento corporal coinciden con usuarios entre 7 y 10,

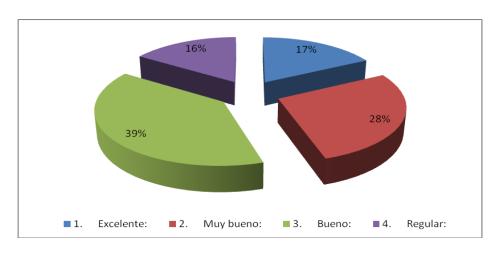
así mismo un 37% afirma hay entre 5 y 6, otro 18% por su parte dice que siempre están más de 10 personas y un 12% entre 1y3, estos resultas demuestran que estos sitios tiene buena concurrencia y aceptación.

Pregunta Nº 7.- Califique el servicio recibido por esta clase de locales al que usted acudió

Cuadro Nº 19

7 Califique el servicio recibido por esta clase de locales al que Ud. acudió. (Marque con una x)		
1.	Excelente:	56
2.	Muy bueno:	89
3.	Bueno:	125
4.	Regular:	51
	TOTAL	321

Gráfico Nº 11



Fuente : Investigación de Campo Elaboración : Verónica Sánchez

Análisis:

Para un 39% de encuestados el servicio que han recibido fue apenas bueno, un 28% califica de muy bueno el servicio, a otro 17% le parece excelente y un 16% lo percibe como regular. De este resultado se puede inferir que mas del 50% no está totalmente

satisfecho con el servicio recibido esto abre la posibilidad de incursionar con mejores servicios en el mercado.

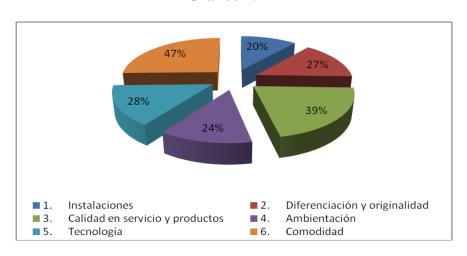
Pregunta Nº 8.- Para usted qué es lo más importante en el servicio que solicita?

Cuadro Nº 20

8 ¿Para Ud. que es lo más importante en el servicio que solicita? Califique del 1 al 5; donde 1 es el más importante.*			
1.	Instalaciones	65	20%
2.	Diferenciación y originalidad	86	27%
3.	Calidad en servicio y productos	126	39%
4.	Ambientación	76	24%
5.	Tecnología	89	28%
6.	Comodidad	150	47%
	TOTAL RESPUESTAS	592	184%

^{*}El conteo supera la muestra porque la pregunta es de opción múltiple

Gráfico Nº 12



Fuente : Investigación de Campo Elaboración : Verónica Sánchez

Análisis:

Las cifras de esta pregunta sumadas sobrepasan el 100% debido a que los encuestados podían escoger más de una respuesta. Es así que un 47% prefiere la comodidad mientras que para el 39% lo más importante es la calidad del servicio y los productos utilizados, otro 28% se fija en la tecnología que sea de punta y un 27% le interesa la diferenciación y originalidad en el servicio, así mismo el 24% considera la ambientación como parte más importante y finalmente un 20% se fija en las instalaciones de lugar, como se puede

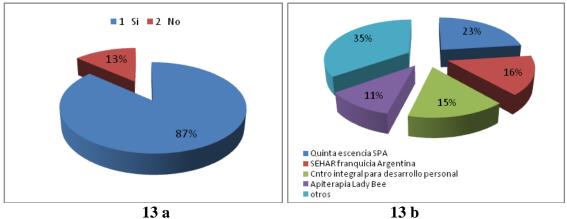
apreciar los clientes buscan comodidad y calidad en el servicio y los productos, es decir los clientes son exigentes.

Pregunta Nº 9.- Conoce alguna empresa o local que ofrezca el servicio de mantenimiento corporal y relajación en el sector del Valle de Cumbayá?

Cuadro Nº 21

9 ¿Conoce de alguna empresa o local que ofrezca el servicio de mantenimiento corporal y relajación en el sector del Valle de Cumbayá:		
1 Si	278	
2 No	43	
TOTAL	321	
Nombre de la Empres	a	
Quinta esencia SPA	64	
SEHAR franquicia Argentina	43	
Centro integral para desarrollo personal	43	
Apiterapia Lady Bee	31	
Otros	97	
TOTAL	278	





Fuente : Investigación de Campo Elaborado por : Verónica Sánchez

Análisis:

El 87% de las personas dicen conocer una empresa que les ofrece el servicio mientras que el 13% contesta negativamente; de los que contestaron afirmativamente el 35% si conoce pero no recuerda el nombre o son varios que representan mínimos porcentajes, un 23% visita la Quitan esencia SPA, un 16% en cambio recuerda SEHAR una franquicia Argentina, otro 15% a visitado El Centro Integral de Desarrollo Personal y

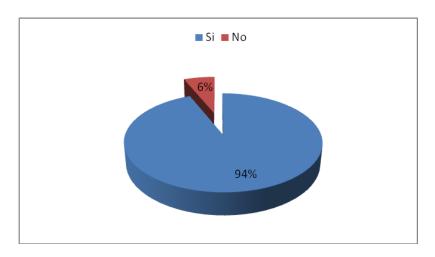
un 11% concurre a Apiterapia Lady Bee, según estos resultados, el mercado está repartido de manera un tanto equitativa siendo la Quita esencia el mayor competidor.

Pregunta Nº 10.- Le gustaría que en el Valle de Cumbayá exista una empresa que ofrezca un servicio integrado de mantenimiento corporal y relajación con instalaciones de última tecnología y confort con productos y servicios de calidad?

Cuadro Nº 22

10 ¿Le gustaría que en el valle de Cumbayá, exista una empresa que ofrezca un servicio integrado de mantenimiento corporal y relajación con instalaciones de última tecnología y con mucho confort con productos y servicios de calidad?	
Si	301
No	20
	321

Gráfico Nº 14



Fuente: Investigación de Campo Elaboración: Verónica Sánchez

Análisis:

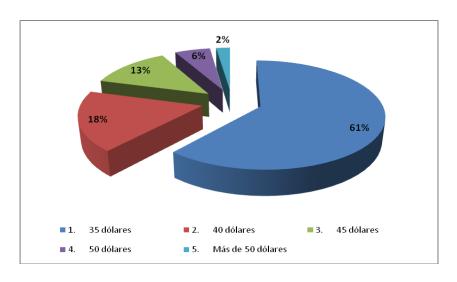
Un 94% de las personas encuestadas está de acuerdo en que se instale un centro especializado que ofrezca servicio de calidad y productos de prima calidad, un 6% en cambio no está de acuerdo, como se puede apreciar claramente, existe una apertura de la comunidad para un sitio de las características del que se propone en el presente proyecto.

Pregunta Nº 11.- Cuánto estaría dispuesto a pagar por un servicio completo para usted?

Cuadro Nº 23

11 ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un servicio completo para usted? (Marque con una x)		
1.	35 dólares	197
2.	40 dólares	58
3.	45 dólares	41
4.	50 dólares	18
5.	Más de 50 dólares	7
	TOTAL	321

Gráfico Nº 15



Fuente : Investigación de Campo **Elaboración :** Verónica Sánchez

Análisis:

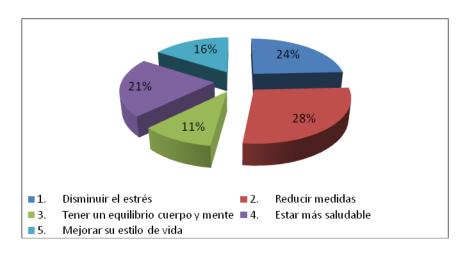
El 61% de las personas considera que puede pagar hasta \$35 dólares por un servicio ofertado en el SPA, para un 18% estaría bien pagar \$40 dólares, un 35% podría pagar hasta \$45 dólares mientras un 6% está dispuesto a pagar hasta \$50 dólares; finalmente para un 2% no habría inconveniente en pagar más de \$50 dólares. Como se puede apreciar, el precio que la gente está dispuesta a pagar no pasaría de \$40 dólares que es lo que se paga en otros sitios especializados.

Pregunta Nº 12.- Cuál de estas razones cree usted ameritan la aplicación de técnicas de relajación y ejercicios en el Spa?

Cuadro Nº 24

12	-¿Cuál de estas razones cree usted ameritan la aplicación de téc de relajación y ejercicios en el SPA? (Marque con una x)	nicas
1.	Disminuir el estrés	78
2.	Reducir medidas	89
3.	Tener un equilibrio cuerpo y mente	34
4.	Estar más saludable	69
5.	Mejorar su estilo de vida	51
	TOTAL	321

Gráfico Nº 16 Porque motivos se visita un SPA



Fuente: Investigación de Campo Elaboración: Verónica Sánchez

Análisis:

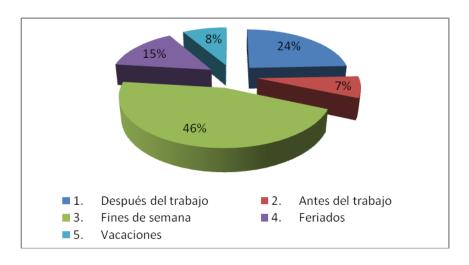
El 28% de los encuestados dicen que asisten al SPA para reducir las medidas en su cuerpo, un 24% acude para disminuir el Stress, mientras que el 21% busca mejorar su saluda o estar sano, para un 16% les sirve para mejorar el estilo de vida, por último un 11% desea tener un equilibrio en cuerpo y mente. Es importante en señalar que todas las razones por las que asisten a un centro especializado, se las puede atender en el local que se plantea como emprendimiento en este proyecto.

Pregunta Nº 13.- Cuándo iría usted a un Spa con Gimnasio Acuático?

Cuadro Nº 25

13 ¿Cuándo iría usted a un Spa con Gimnasio acuático? (Marque con una X)			
1.	Después del trabajo	78	
2.	Antes del trabajo	23	
3.	Fines de semana	146	
4.	Feriados	47	
5.	Vacaciones	27	
		321	

Gráfico Nº 17



Fuente : Investigación de Campo **Elaboración :** Verónica Sánchez

Análisis:

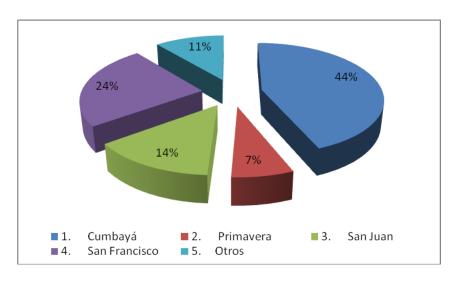
Para el 46% de los encuestados el mejor momento para acudir a un SPA es el fin de semana, un 24% sostiene que es después del trabajo el momento más adecuado, así mismo un 15% prefiere acudir en los feriados, para un 8% en las vacaciones y un 7% antes de ir a trabajar en la mañana, Estos resultados reflejan las tendencias de uso y se puede apreciar que todos los momentos es posible asistir depende de las ocupaciones y gustos del cliente.

Pregunta Nº 14.- En qué ubicación preferiría que se encuentre el Centro de estética y salud integral Spa

Cuadro Nº 26

Cuuui oi v		
¿En qué ubicación preferiría que se encuentre el Centro de Estética y Salud Integral Spa?		
1. Cumbayá	141	
2. Primavera	22	
3. San Juan	45	
4. San Francisco	78	
5. Otros	35	
TOTAL	321	

Gráfico Nº 18



Fuente : Investigación de Campo **Elaboración** : Verónica Sánchez

Análisis:

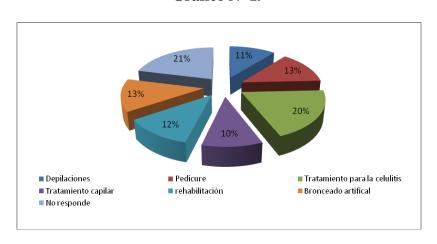
En esta interrogante respecto a la ubicación del centro especializado, el 44% le gustaría que esté ubicado en Cumbayá, el 24% en cambio quisiera que se ubique en el sector de San Francisco, el 14% prefiere la ubicación en San Juan, un 7% en la Primavera y un no menos importante 11% preferiría otros sitios. Queda claro que la mayoría prefiere la ubicación en Cumbayá.

Pregunta Nº 15.- Qué servicio o producto adicional le gustaría?

Cuadro Nº 27

¿Qué servicio o producto adicional le gu Descríbalo en una frase corta por favor	staría?
Depilaciones	35
Pedicure	43
Tratamiento para la celulitis	63
Tratamiento capilar	32
Rehabilitación	38
Bronceado artificial	42
No responde	68
TOTAL	321

Gráfico Nº 19



Fuente: Investigación de Campo Elaboración: Verónica Sánchez

Análisis:

En referencia a los servicios adicionales que no estén contemplados en la gama ofertada por el SPA, un 20% prefiere que se adicione un tratamiento para la celulitis, a un 13% le agradaría un bronceado artificial; así mismo, otro 13% requiere un tratamiento de pedicure, un 12% quisiera que se proporcione tratamientos para rehabilitación un 11% solita depilaciones un 10% tratamiento capilar y un importante 21% no sabe o no responde.

2.3.3. Análisis de la demanda

"La demanda constituye el volumen total de un producto que compraría un determinado grupo de clientes en un período de tiempo y en un área geográfica definidas, dados un entorno y un programa de marketing." (Tylor, 2003)

En otras palabras la demanda es el volumen de bienes y servicios que pueden adquirir un grupo de consumidores a determinados precios.

2.3.3.1 Clasificación

La demanda se clasifica, de acuerdo a: su oportunidad, su necesidad, su temporalidad o su destino. A continuación se presenta un cuadro que detalla su clasificación:

Cuadro Nº 28 Clasificación de la Demanda

	N RALACIÓN CON U OPORTUNIDAD	Е	N RELACIÓN CON SU NECESIDAD	EN RELACIÓN CON SU TEMPORALIDAD		E ACUERDO A SU DESTINO
1)	Insatisfecha	1)	De bienes social y racionalmente necesarios	1) Continua	1)	De bienes finales
2)	Satisfecha	2)	De bienes no necesarios o de gusto	2) Cíclica o estacional	2)	De bienes intermedios o industriales

Fuente: Gabriel Baca Urbina
Elaborado por: Verónica Sánchez

Si se toma en cuenta esta clasificación, la demanda del Centro especializado de Mantenimiento Corporal y Relajación SPA, se ubica en relación a su oportunidad, debido a que se pretende cubrir una demanda insatisfecha; constituyéndose en una oportunidad para el negocio.

En relación con la necesidad, la demanda de este Proyecto se enfocaría a la de bienes no necesarios o de gusto, ya que si bien es cierto no satisface una necesidad básica pero si una necesidad de diversión y esparcimiento del ser humano.

En relación con su temporalidad, este negocio presenta una demanda continua, porque la naturaleza del servicio es permanente porque las personas requieren de lugares donde poder realizar un mantenimiento de su cuerpo y también la relajación especialmente por el stress.

Y finalmente de acuerdo a su destino, la demanda de esta Empresa será de bienes finales, brindando un servicio final de diversión y esparcimiento para las personas además es necesario mencionar que los productos finales son las cremas, ingredientes para los aromas, en ocasiones bebidas y alimentos nutricionales, etc.

Existe otra forma para clasificar la demanda, de acuerdo a su elasticidad, la misma que se explica a continuación:

Demanda elástica.- Son los bienes cuya demanda es muy sensible al precio, pequeñas variaciones en su precio provocan grandes variaciones en la cantidad demandada.

Demanda inelástica.- Los bienes que, por el contrario, son poco sensibles al precio son los de demanda inelástica o rígida. En éstos pueden producirse grandes variaciones en los precios sin que los consumidores varíen las cantidades que demandan.

Elasticidad unitaria.- La elasticidad de la demanda se mide calculando el porcentaje en que varía la cantidad demandada de un bien cuando su precio varía en un uno por ciento. Si el resultado de la operación es mayor que uno, la demanda de ese bien es elástica; si el resultado está entre cero y uno, su demanda es inelástica. (Suarez P., 2012)

En este caso, la Empresa propuesta tiene una demanda elástica; es decir al existir un incremento en el precio del servicio, la cantidad demandada será menor o decreciente.

2.3.3.2 Factores que afectan la demanda

A continuación se detallan los factores que influyen en la demanda:

1) **Tamaño y crecimiento de la población.-** Al existir un aumento o crecimiento de la población, la demanda también aumenta, con relación al crecimiento

poblacional, en el Valle de Cumbayá, se estima un crecimiento poblacional anual del 2,2% aproximadamente².

- 2) Hábitos de consumo/servicio.- En la actualidad, las personas buscan sitios especializados para el tratamiento de sus dolencias y para la búsqueda de un mantenimiento físico del cuerpo, buscando siempre aquello que satisfaga sus necesidades ya que es difícil que lo pueda hacer en casa. Este cambio de hábitos de consumo, genera una mayor demanda en este Proyecto.
- 3) Gustos y preferencias.- Esta Empresa, ofrecerá al mercado, productos y servicios de acuerdo a los diferentes requerimientos de los clientes, en cuanto a gustos y preferencias, ajustados a sus necesidades y capacidades de pago; lo que favorece a atender una mayor demanda al tener la posibilidad de escoger el servicio. De acuerdo a la investigación de mercado el cliente busca comodidad y calidad de servicio y producto.
- 4) Tipo de necesidades que satisface el bien.- Cuando el bien y/o servicio es de primera necesidad, la demanda es inelástica, es decir, se adquiere sin importar el precio; mientras que si el bien es suntuoso la demanda será elástica ya que si el precio aumenta, muchos consumidores podrán prescindir de él. Para el presente caso, el servicio que pretende brindar la empresa de servicios SPA, presenta una demanda elástica, ya que es un servicio sensible al precio, si bien es cierto satisface un tipo de necesidad de diversión y esparcimiento, no constituye una necesidad primaria de la que no se puede prescindir.
- 5) Existencia de bienes sustitutos.- Cuando en el mercado existen buenos productos sustitutos, la demanda del bien o servicio será muy elástica. Es decir en este caso si empresas que representan competencia para este Proyecto como la Quinta o EL centro de Desarrollo Integral, ofrecen un servicio excelente y a un menor precio, es posible que baje la cantidad demandada para el SPA que se está proponiendo.

² El dato oficial publicado como tasa de crecimiento para la ciudad de Quito es de 2,2% según el Censo de 2010.

- 6) Importancia del bien en términos de costos.- Si el gasto en el bien o servicio supone un porcentaje mínimo del ingreso de los individuos, su demanda será inelástica. Sin embargo, este no es el caso para el servicio del SPA debido a que las variaciones en el precio en las decisiones de los consumidores o demandantes.
- 7) El precio.- Es posible que para precios altos la demanda sea menos elástica que cuando los precios son más bajos o al revés, dependiendo del producto o servicio de que se trate. En definitiva la demanda será afectada de acuerdo al nivel de precios, a mayor precio del servicio, menor será la cantidad demandada; y, a menor precio, mayor será la cantidad demandada del servicio.

2.3.3.3 Demanda actual del servicio

Para realizar el presente estudio, se tendrán como base, los datos adquiridos en la investigación de mercado realizada, de donde se obtuvo, la frecuencia de consumo del servicio dado por el número visitas que se realizan los centros que brindan estos servicios. Con esos datos primarios, tomados en dicha investigación, se pretende obtener una información cierta y confiable, es así que en el cuadro siguiente, se presenta la demanda actual del servicio:

Según el cuadro No. 6; Fuente: INEC 2010, la PEA proyectada al 2.012, de personas entre 20 y 74 años de edad es de 35.185.

El 94% de la muestra respondió afirmativamente a la pregunta Nº 10 de la investigación de mercado:

¿Le gustaría que en el valle de Cumbayá, exista una empresa que ofrezca un servicio integrado de mantenimiento corporal y relajación con instalaciones de última tecnología, con mucho confort con productos y servicios de calidad?

Cuadro Nº 29 Cálculo para Determinar la Demanda Actual a partir de la PEA de (20 a 74 años de edad)

POBLACION	%	TAMAÑO
PEA de 20 – 74 años	100	35.815
de edad		
Nivel de Aceptación	94	33.666
de la propuesta		

Fuente: Investigación de Mercados Elaborado por: Verónica Sánchez

Considerando los resultados de la investigación de mercado de la pregunta Nº4:

¿Con qué frecuencia y cuantas veces asiste a un Centro especializado SPA?, se obtuvieron los siguientes resultados:

Cuadro No. 30
Cálculo para determinar la demanda actual en relación con el número de visitas realizadas

FRECUENCIA	MUESTRA	% RESPECTO A LA MUESTRA	NÚMERO VISITAS	% INCREMENTO VISITAS / MUESTRA
Mensual	215	66,9	316	+ 46,97%
Semestral	79	24,6	111	+ 40,52%
Anual	27	8,4	45	+ 66,67%
TOTAL	321	100	472	

Fuente : Investigación de Mercado **Elaborado por :** Verónica Sánchez

El número de visitas supera al tamaño de la muestra, en esos porcentajes se tendrá que aumentar cuando se realice el cálculo de la muestra que a continuación se presenta:

Demanda:

Mensual = 66.9% de 33.666 = 22.522x1,4697 = 33.100x12 = 397.200 visitas al año Semestral = 24.6% de 33.666 = 8.282x1,4052 = 11.638x2 = 23.276 visitas al año Anual = 8.5% de 33.666 = 2.862x1,6667 = 4.770 visitas al año La suma de los tres resultados, mensual, semestral y anual, constituye la demanda actual del servicio es decir 425.296 visitas al año.

Cuadro Nº 31 Demanda Actual del Servicio

FRECUENCIA	ACEPTABILIDAD % DE LA PEA	NÚMERO VECES	FRECUENCIA	
Mensual	22.522	1,4697	397.200	
Semestral	2.282	1,4062	23.276	
Anual	2.862	1.6667	4.770	
DEMANDA ACTUAL (Usuarios) 425.296				

Fuente: Estudio de Mercado Elaborado por: Verónica Sánchez

2.3.3.4 Proyección de la demanda

El objetivo de proyectar la demanda es determinar el potencial futuro de compras de los consumidores, en este caso de los solicitantes del servicio de SPA.

Cuadro Nº 32 Proyección de la demanda

AÑOS	ACEPTABILIDAD EN TÉRMINOS	NÚMERO DE VISITAS
	ANUALES	PROYECTADAS
2012	277.690	425.296
2013	283.799	434.653
2014	290.043	444.215
2015	296.424	453.988
2016	302.945	463.975
2017	309.610	474.183
2018	316.421	484.615
2019	323.382	495.276
2020	330.497	506.172

Fuente: Estudio de Mercado Elaborado por: Verónica Sánchez

La proyección de la demanda, está relacionada con el crecimiento poblacional, por ello en base a la demanda actual encontrada de 425.296 usuarios, se considera un incremento anual del 2,2% de la demanda; en relación al cuadro de Proyección

Poblacional de la Administración de Tumbaco por Quinquenios según Parroquias, tomado del INEC; además se calculó el número de eventos por año, tomando en cuenta el número de visitas que realizan los usuarios que se presenta en mayor número que la muestra, dato obtenido de la investigación de mercados.

2.3.4 Análisis de la oferta

La oferta de un producto está definida por las diferentes cantidades del bien que los productores están dispuestos a colocar en el mercado en función de los diferentes niveles de precios, durante un determinado período de tiempo. (Costales, 2002)

2.3.4.1 Clasificación de la oferta

Existen varias clasificaciones sobre la oferta pero posiblemente, la clasificación más conocida es la realizada por el economista Stackelberg³ (Stackelberg, 1934), es una forma clásica para diferenciar los mercados según los oferentes y demandantes.

Cuadro Nº 33 Clasificación de la oferta

COMPRADORES	VENDEDORES			
	MUCHOS	POCOS	UNO	
MUCHOS	Concurrencia Perfecta	Oligopolio Oferta	Monopolio Oferta	
POCOS	Oligopolio Demanda	Oligopolio Bilateral	Monopolio Limitado oferta	
UNO	Monopolio Demanda	Monopolio Limitado Demanda	Monopolio Bilateral	

Fuente : Biografía de Stackelberg **Elaborado por :** Verónica Sánchez

La empresa que se propone, se ubica dentro de un mercado oligopólico, es decir en el sector del Valle de Tumbaco, existe una mínima oferta del servicio de SPA, en las características que se plantea en la propuesta, dada principalmente por tres empresas que sumadas brindan el servicio completo que requieren los usuarios, mientras que se

[.]

³ En 1935 desarrolló el modelo de Oligopolio donde los competidores toman sus decisiones de manera secuencial. Y se pone de relevancia la idea de que es "Ventajoso moverse de primero".

presenta una gran demanda de este servicio en el sector, la misma que está en la actualidad siendo captada o atendida por empresas del Distrito Metropolitano de Quito, que por obvias razones sus tarifas son mayores por costos de transporte, logística, etc.

Siendo importante enfatizar, que el servicio que la competencia presenta es limitado en su propio local, mientras que el servicio brindado por nuestra Empresa será personalizado de acuerdo a las necesidades, preferencias y la economía de cada cliente, por lo tanto, no existe una competencia directa de este servicio.

2.3.4.2 Factores que afectan a la Oferta

AL igual que en la demanda, en la oferta existen también un conjunto de factores que la determinan como son: los precios, la calidad, la tecnología, entre los más importantes.

Precios.- Deben ser competitivos, de acuerdo con el mercado, al ser una empresa nueva, deberá manejar precios atractivos y de introducción para ganar posicionamiento en el mercado. Pueden aparecer factores como la inflación que pueden provocar un alza en los precios de los productos en general lo que también se vería reflejado en el costo del servicio para el cliente final, Por lo que siempre se es mejor que se manejen precios similares o menores que los de la competencia.

Es importante rescatar que, de la Pregunta Nº 11 en la investigación de mercado, se determinó que los clientes estarían dispuestos a pagar entre 35 y 40 dólares por servicio completo, representado por un 79% del total de la muestra.

Calidad.- La calidad representa el conjunto de cualidades que diferencian un servicio y/o producto de los demás; de ahí que constituye un factor determinante ya que si se ofrece un servicio de calidad, los clientes exigentes estarían dispuestos a pagar más por un servicio excelente, de lo contrario cualquier aumento en el precio por mínimo que sea sin justificación afectará negativamente a la organización.

Tecnología.- La tecnología influye sustancialmente en la oferta del servicio, ya que al disponer de una tecnología de punta, es decir lo último y mejor que existe en el medio; permitirá ofrecer un mejor servicio y a su vez da imagen de modernidad frente al cliente y llamará la atención de la demanda y ésta aumentará.

En el caso de la empresa de SPA la tecnología es determinante ya que existen un sinnúmero de maquinarias y equipos sofisticados para cada uno de los tratamientos que se pretenden implementar por tanto mientras más modernos sean estos, mayor será la posibilidad de incursionar en el mercado con éxito.

También se contará con un apoyo tecnológico informático importante que consiste en una página web, como medio de promoción de la marca y ampliación de la cobertura.

2.3.4.3 Comportamiento histórico de la oferta

Al igual que la demanda, la oferta, deberá ser estudiada y determinar su comportamiento en el mercado.

2.3.4.3.1 Oferta actual

Según los datos obtenidos de la investigación de mercado, Quinta esencia, SEHAR, el Centro Integral para el Desarrollo Personal y Apiterapia Lady Bee, ubicadas en el Valle de Tumbaco; representan la competencia con un 65% de preferencia en el mercado según los resultados obtenidos en la pregunta Nº 9, al no existir una competencia directa en este sector que ofrezca el servicio completo o integrado en un solo sitio; entonces se presentan los resultados en base a la encuesta y a la observación directa.

En su conjunto las cuatro empresas ofrecen servicios integrados de, tratamientos para la piel, gimnasio, piscina sauna turco hidromasajes, masajes rehabilitación terapias psicológicas, acupuntura y de relajación, entre otros.

Los horarios de atención en términos generales son los siguientes, con una permanencia promedio por cliente de 2 horas, de lunes a viernes de 07h00min a 20:00, sábado y domingo, de 09h00 a 19h00

De acuerdo a la agenda o calendario de usuarios atendidos por las empresas, en promedio, se realizan 120 tratamientos los días Sábados y 100 los días Domingos, es decir alrededor de 880 personas el fin de semana; mientras que lunes y martes los días más bajos con aproximadamente 20 diarios; miércoles 35 y jueves aumenta la presencia a 45 usuarios en promedio y el viernes una media de 70 usuarios por día; es decir, un total de 760 usuarios entre semana por las cuatro empresas.

Cuadro Nº 34 Oferta Actual

DIA	PROMEDIO POR LOCAL	TOTAL USUARIOS
Lunes	20	80
Martes	20	80
Miércoles	35	140
Jueves	45	180
Viernes	70	280
Sábado	120	480
Domingo	100	400
Total por		
semana	410	1640
Oferta anual	21.320	85.280

Fuente: Investigación de Mercado Elaborado por : Verónica Sánchez

Como se aprecia en el cuadro Nº 34, para el cálculo de la oferta anual, se multiplico por 52 semanas con que cuenta el año y se obtuvieron los valores de 21.320 usuarios en promedio por local y 85.280 como oferta total al año.

2.3.4.4 Proyección de la oferta

El objetivo de realizar una proyección de la oferta, es determinar la disponibilidad futura de productos o servicios para satisfacer la demanda. Durante la investigación de campo en atención a las entrevistas y visitas que se hicieron en varios lugares del Valle de Tumbaco, coincide con información proporcionada por ciertos ejecutivos que tienen este tipo de actividades en el Distrito Metropolitano de Quito, que ofrecen esta clase de servicios, en que hay días bajos en concurrencia otros intermedios y a partir del viernes hasta el domingo, en ocasiones se sobrepasa hasta el doble de usuarios, por lo que se considera un porcentaje medio de oferta de servicio indicado por los entrevistados superior al crecimiento de la población y que está en el orden del 4% de crecimiento de la oferta, porque cada vez es mayor la preocupación de las personas por mantener el cuerpo y mente sanos.

Tomando en cuenta que la competencia afirma atender por semana en promedio 410 usuarios cada una, se calculó el número de eventos de acuerdo a esta cantidad.

Cuadro Nº 35 Proyección de la Oferta

AÑOS	OFERTA ANUAL POR EMPRESA	OFERTA TOTAL
2012	21.320	85.280
2013	22.173	88.691
2014	23.060	92.239
2015	23.982	95.928
2016	24.941	99.766
2017	25.939	103.756
2018	26.977	107.906
2019	28.056	112.223
2020	29.178	116.712

Fuente: Investigación de Mercado Elaborado por: Verónica Sánchez

2.3.5 Estimación de la demanda insatisfecha.

La demanda insatisfecha es la diferencia entre la Demanda Proyecta y la Oferta proyectada, se calculará a para el período 2012 – 2020, se ha considerado el número de concurrencias.

Cuadro Nº 36 Demanda Insatisfecha

AÑOS	DEMANDA PROYECTADA	OFERTA PROYECTDA	DEMANDA INSAFISFECHA
2012	425.296	85.280	340.016
2013	434.653	88.691	345.961
2014	444.215	92.239	351.976
2015	453.988	95.928	358.059
2016	463.975	99.766	364.210
2017	474.183	103.756	370.427
2018	484.615	107.906	376.708
2019	495.276	112.223	383.054
2020	506.172	116.712	389.461

Fuente: Investigación de Mercado Elaborado por : Verónica Sánchez

Considerando que en total la competencia cubre aproximadamente el 25,08% anual de la demanda insatisfecha (Usuarios), el porcentaje que se pretende captar por parte del SPA, es el 5% anual, haciendo referencia al año 2.012; el 5% de 340.016 visitas son 17.001 usuarios anuales, los que cubriría esta empresa, lo que quiere decir que semanalmente tendría la capacidad para atender 327 clientes. Estos resultados representan el cerca del 80% de lo cubierto por la competencia como se puede notar en el siguiente cuadro.

Cuadro Nº 37 Cuadro comparativo sobre cobertura del Mercado

DIA	PROMEDIO COMPETENCIA	PROMEDIO SPA
Lunes	20	16
Martes	20	16
Miércoles	35	28
Jueves	45	36
Viernes	70	56
Sábado	120	96
Domingo	100	80
Total por semana	410	327
Oferta anual	21.320	17.001

Fuente : Investigación de Mercado **Elaborado por:** Verónica Sánchez

La demanda insatisfecha es extremadamente grande, por lo que el objetivo del proyecto es cubrir un pequeño porcentaje. Así, la capacidad total del proyecto será de será de 110 plazas que al año serán 39.600.

Para justificar el porcentaje con el que se va a trabajar se acudió a las fuentes reales que se encuentran ubicados en el Valle de Tumbaco, estas son: Quinta esencia, SEHAR, el Centro Integral para el Desarrollo Personal y Apiterapia Lady Bee, en donde se pudo obtener que la capacidad que se trabaja es del un 70% de la capacidad que tienen. Para tener una mejor visión se puede decir que en días feriados y fines de semana trabajan con toda su capacidad, mientras que en periodo de vacaciones varía entre un 60 y 70%, y el resto del año se mantiene en un 45%.

A continuación se presenta el cuadro donde se observa el número de pacientes que se podrán atender según la temporada del año.

Cuadro No. 38 Número de pacientes reales al año

Horas	Martes	Miercoles	Jueves	Viernes	Sábado	Domingo		
7:00					0	4		
8:00					1	5		
9:00		4	1	5	4	5		
10:00	5	6	1	5	4	5		
11:00	0	5	2	5	2	5		
12:00	5	4	2	0	2	2		
13:00		0	0	4	1	2		
14:00	1	0	3	2	2	2		
15:00	2	2	2	5	4	2		
16:00	2	4	2	2	3	5		
17:00	5	5	4	4	4	5		
18:00	5	5	4	5	4	5		
19:00	5	5	4	8	4	3	Semanal	Anual
	30	40	25	45	35	50	225	11700

Fuente: Primaria Elaborado por: Verónica Sánchez

De acuerdo a la información recopilada de los establecimientos de el Valle de Tumbaco y Cumbayá, se tiene que podrían atenderse anualmente alrededor de 11.700 pacientes, esto representa el 50% como capacidad real de la capacidad total.

2.3.6Análisis de los precios

Al precio se lo define como la manifestación en valor de cambio de un bien expresado en términos monetarios, o como la cantidad de dinero, que es necesaria entregar para adquirir un bien. (Jaugueri, 2001)

El precio, se define como la cantidad de dinero que el consumidor está dispuesto a pagar por adquirir un satisfactor según sea su capacidad total de satisfacción. (Sánchez Villacrés, 2008)

En cualquier estudio de precios, es necesario contar con información de los precios actuales del mercado interno, de los precios de los productos importados, de los precios fijados en función de los costos de producción, además de los precios fijados por el Estado, en el caso de existir; ya que de acuerdo a este análisis se podrán establecer precios máximos y mínimos del servicio.

En todo proyecto es aconsejable establecer un presupuesto de ingresos y gastos y ello exigirá estimar los precios que probablemente rijan tanto para los insumos para los productos.

Siempre resultará muy complejo establecer el precio de los servicios que brinda la empresa, se consideraron todos estos aspectos, con el fin de manejar precios competentes de acuerdo al mercado.

2.3.6.1 Precios actuales

La determinación del precio está relacionada con la oferta y la demanda y su limitación está dada por los costos de producción y también los gastos administrativos. Es así que se aplica la "Ley de la oferta y la demanda" en la que se plantea, que a mayor precio menor demanda y viceversa.

Se debe considerar que al proyectar la demanda, hay que presumir que existen variables que pueden afectar principalmente los precios actuales y futuros, lo que modifica la estructura de los costos, reflejados en una rebaja de la rentabilidad para la empresa. En base a los contactos realizados con empresarios dedicados a este tipo de actividad de servicio de SPA, al referirse a los precios históricos señalan que se han incrementado aproximadamente en un 10 % anual, en los últimos 5 años.

Cuadro Nº 39 Precio Histórico

AÑO	PRECIO
2008	25,00
2009	27,50
2010	30,25
2011	33,00
2012	36,35

Fuente: Investigación de Mercado Elaborado por : Verónica Sánchez

El costo de los servicios proporcionados por el Spa depende de su ubicación y la oferta. El margen de utilidad mínimo de los servicios es del 35 % sobre todo porque está ubicado en el sector urbano.

Por ejemplo un masaje tradicional realizado en una hora es de \$40: \$18 son los honorarios del terapeuta, \$5 por material desechable y \$4 consumo de aceite y esencias utilizados para dar el masaje corporal.

Sesión de aroma terapia: Su precio es variado, depende del consumo de las esencias y la superficie corporal que se vaya a tratar; el costo del producto es el 20% o 30% del precio del servicio, para el público un servicio como este puede ascender hasta los \$20.

Existen además otros tratamientos un tanto más exóticos como la chocolaterapia que tienen un alto costo, pero también un elevado precio de venta que lo compensa.

Spa de Manos y Pies | Manicura

Experiencia que, libera tensiones y embellece. Los pies acumulan el cansancio y al cuidarlos se los revitaliza produciendo un bienestar que repercute en todo el organismo.

- En el spa de manos y pies se realiza el tratamiento piel de seda, arreglo de cutículas y esmaltado.
- Los maniluvios y pediluvios añaden al spa de manos y pies una técnica milenaria para depuración corporal que finaliza con masajes de piedras volcánicas.

 $\label{eq:cuadro} Cuadro~N^o~40$ Detalle de precios y tiempo por servicios

SERVICIO	PRECIO	TIEMPO EN MINUTOS
Maniluvio natural con piedras volcánicas	\$60	30'
Pediluvio natural con piedras volcánicas	\$60	30'
Maniluvio y pediluvio con piedras volcánicas	\$15	60'
Maniluvio natural con piedras volcánicas (Integral)	\$18	60'
Pediluvio natural con piedras volcánicas (Integral)	\$18	60'
Maniluvio y pediluvio con piedras volcánicas (Integral)	\$35	120'
Spa de manos piel de seda	\$12	45'
Spa de pies piel de seda	\$12	45'
Spa de manos y pies piel de seda	\$22	90'
Pedicura	\$25	60'+

Fuente : Investigación de Mercado **Elaborado por:** Verónica Sánchez

Tratamientos Faciales

Tratamientos para el rostro como limpieza, exfoliación de las células muertas, hidratación profunda con productos profesionales. Tratamientos de rejuvenecimiento facial natural. Peeling natural. Tratamiento para el acné

Cuadro Nº 41 Detalle de precios y tiempo por servicios

SERVICIO	PRECIO	TIEMPO
		EN
		MINUTOS
Rejuvenecimiento facial sin cirugía	\$25	60'
Rejuvenecimiento facial sin cirugía	\$40	60'
(pack x2	ψ 4 0	00
Rejuvenecimiento facial sin cirugía	\$72	60'
(pack x4)	Ψ/2	00
Promoción Spa Facial	\$15	20'
(Limpieza de cutis + Hidratación)	\$13	20
Facial Profundo		
(Limpieza de cutis + Exfoliación +	\$16	45'
Hidratación + Máscara según cutis)		

Fuente: Investigación de Mercado **Elaborado por:** Verónica Sánchez

Para justificar los precios en base a los costos y margen de utilidad, se tiene que realizar el estudio técnico, económico y financiero mediante el cual se podrá determinar el precio de cada servicio.

CAPÍTULO III

ESTUDIO TÉCNICO

En esta parte del proyecto se pretende dar a conocer la ubicación, capacidad y organización de la planta de modo que permita tener una idea clara para la toma de decisión sobre su implementación.

3.1 Localización Óptima de la Planta

Datos generales de Cumbayá:

- **Población:** 36.127
- Clima: Templado
- Comunicaciones y transportes: Posee vías de acceso limitadas por la excesiva cantidad de vehículos particulares aunque existen varios proyectos de las autoridades municipales
- Infraestructura: es una zona de alto crecimiento urbano, aquí se aceitan urbanizaciones exclusivas de clase media, media alta y alta, tiende a ser exclusiva y la plusvalía crece más que en otros sectores de Quito
- Centros comerciales existentes: Dadas las condiciones socioeconómicos y el alto índice de crecimiento poblacional (el más alto de la ciudad de Quito) en el sector se han proliferado un sinnúmero de importantes centros comerciales.
- Centro educativo de nivel superior: Este sector ha sido elegido por una gran cantidad de establecimientos educativos primarios secundarios y universitarios particulares que tradicionalmente han sido requeridos por las

Según la fuente consultada y el criterio personal, el termino óptimo se refiere a la mejor elección respecto a las condiciones en las cuales se toma la elección y no es reflejo de una medición exacta de lo mejor que existe en el mercado.

clases media alta y alta, caracterizadas por servicios de calidad y

exclusividad.

Datos generales de Tumbaco:

— **Población:** 61.609

— Clima: Templado

— Comunicaciones y transportes: en este sector existen problemas de

movilidad porque tiene un crecimiento acelerado y no se han realizado

obras de infraestructura vial.

— Infraestructura: Cuenta con los servicios básicos de buena calidad, es

una población con una estructura poblacional de todos los estratos

sociales.

— Centros comerciales existentes: se han implementado varios, tanto de

primera como populares por la gran afluencia de este estrato.

— Centro educativos de nivel superior: existen instalaciones de

instituciones públicas de nivel secundario y primario, también existe

prestigiosas instituciones privadas pero no como en Cumbayá; apenas una

extensión universitaria de la UTPL.

3.1.1 Método de localización por puntos ponderados

En la siguiente tabla se muestran los parámetros a ser ponderados y los diferentes pesos

asignados según la importancia que a criterio del investigador tiene cada uno:

84

Cuadro Nº 42 Ponderación de los factores de selección

FACTOR	PESO
1) Cercanía de los principales centros de	0,25
consumo	
2) Disponibilidad de materia Prima	0,15
3) Infraestructura Comercial	0,20
4) Nivel socioeconómico de la población	0,25
5) Clima	0,05
6) Estímulos Fiscales	0,10
TOTAL	1.00

Fuente : Investigación de Mercados **Elaborado por :** Verónica Sánchez

El menor peso se le otorga al clima por cuanto ambas localidades gozan del mismo.

Cuadro Nº 43 Ponderación de los factores de selección

FACTO	PESO	CALIFICACIÓN		CALIFICACIÓN	
R	FESO	CUMBA	TUMBA	CUMBAYA	TUMBACO
1	0,25	5	5	1,25	1,25
2	0,15	2	2	0,30	0,30
3	0,20	4	2	0,80	0,40
4	0,25	5	3	1,25	0,75
5	0,05	5	5	0,25	0,25
6	0,10	3	3	0,30	0,30
TOTAL	1,00			4,15	3,25

Fuente: Investigación de Mercados Elaborado por: Verónica Sánchez

La calificación más alta se da sobre 5 puntos y va disminuyendo según sea menor la importancia o viabilidad que se le determine.

Según la calificación y la ponderación el lugar seleccionado resulta ser Cumbayá. Se puede observar que las dos poblaciones están en el lugar del Valle de Tumbaco, por lo tanto existen similitudes en el clima y la cercanía a los centros comerciales, sin embargo la mayoría de ellos y los más importantes se los encuentran en Cumbayá, otro aspecto a considerar es la mayor concentración de barrios exclusivos y de personas de clase alta y

media alta, al contraste de Tumbaco que aunque tiene esas dos clases, también posee sitios más poblados con estrato medio bajo y bajo mucho más amplio.

3.1.2 Determinación de la capacidad Instalada optima de la planta

Cuadro N^a 44 Capacidad instalada y la oferta proyectada

AÑO	OP OPTIMISTA	INCREMENTO ANUAL	OP PESIMISTA
2012	17.000	0	15.130
2013	17.468	2,8	15.546
2014	17.996	3,0	16.016
2015	18.595	3,3	16.549
2016	19.275	3,7	17.155
2017	20.051	4,0	17.846
2018	20.939	4,4	18.636
2019	21.960	4,9	19.544
2020	23.136	5,4	20.591

Fuente: Investigación de Mercados **Elaborado por:** Verónica Sánchez

El cuadro representa la oferta proyectada que prevé la empresa atendiendo a los indicadores como la inflación anual exhibida por el BCE, según la cual el sector servicios ha tenido un promedio de 2,75 anual para el año 2012. Se ha considerado una opción optimista y otra pesimista mediante la cual se pretende cubrir el 5% de la demanda insatisfecha en la versión optimista; y, 4,45% en la pesimista, se debe considerar las tendencias del mercado en un sector socioeconómico medio, medio alto, el cual se inclina por un producto o servicio en base a la calidad, y considerando además que se puede incidir en el mercado porque se propone brindar un servicio integrado, el cual no existe actualmente por parte de la competencia. Esto quiere decir que será difícil que los actuales competidores cubran la demanda insatisfecha a menos que se produzcan cambios en las ofertas del servicio. Otro aspecto importante para que se cumpla o mejore la proyección está relacionada con las estrategias que se apliquen para captar a los potenciales clientes que desean satisfacer su necesidad de mantenimiento corporal y desarrollo espiritual.

3.1.2.1 Capacidad instalada y disposición de capital

Dadas las condiciones políticas y económicas que actualmente se tienen en el Ecuador en la cual se habla de estabilidad política y económica por cuanto el 17 de febrero de 2013 acaba de ser reelegido el gobernante, esto indica que no habrán mayores cambios, sin embargo al estar dirigido el proyecto a un sector social con solvencia económica, se tendrá que meditar al momento de realizar la inversión ya que las instalaciones deben ser de primera calidad, tecnología de punta y personal sumamente capacitado; esto hace prever una fuerte inversión. En este contexto, la ingeniería del proyecto estará orientada a buscar fuentes de financiamiento ya sea con participaciones accionarias, préstamos bancarios o las que existan en el mercado y que le sean convenientes al inversionista

En lo referente a la capacidad instalada y la tecnología, es importante referir que la gran cantidad de equipos necesarios para los tratamientos que se ofertan, son de alta tecnología pero a su vez onerosos pero que permiten elevar la calidad del servicio que es lo que se pretende vender como principal ventaja competitiva.

Es importante también señalar que los equipos e insumos necesarios si existen en el medio pero tiene costos mucho más altos que en los países vecinos pero que dadas las políticas arancelarias del régimen, no se puede acceder con costos preferenciales ya que el tipo de negocio que se aspira a incursionar es considerado como suntuoso o no de primera necesidad, por lo que existen recargos y sobreprecios que se tiene que asumir.

3.1.3 Descripción del proceso de servicios

Se parte de la concepción de un SPA como un espacio en el cual se respira un sentimiento de paz y armonía, donde se puede recuperar del estrés frecuente o de un problema que conduce a la debilitación progresiva de la fuerza vital, el spa es un establecimiento que ofrece tratamientos, terapias, sistemas de relajación, utilizando como base principal el agua.

3.1.3.1 Recepción del cliente

Al ingresar el cliente a las instalaciones del Spa, será atendido por una recepcionista capacitada a fin de brindar atención a asesoría sobre sus requerimientos. En caso de

haber congestión o turnos, se tendrá una sala de espera en la cual el cliente recibirá atención de personal de servicios.

3.1.3.2 Preparación del cliente

Una vez que accede a su turno el cliente será preparado y evaluado por personal especializado, en un proceso de rutina a fin de iniciar o actualizar su historial de atención recibida en la institución

3.1.3.3 Atención por especialista

El cliente es atendido por un especialista: dermatólogo, cosmetólogo, deportologo, nutricionista, sicólogo, entre otros; quienes sugerirán al cliente la terapia o tratamiento adecuados a fin de satisfacer su necesidad.

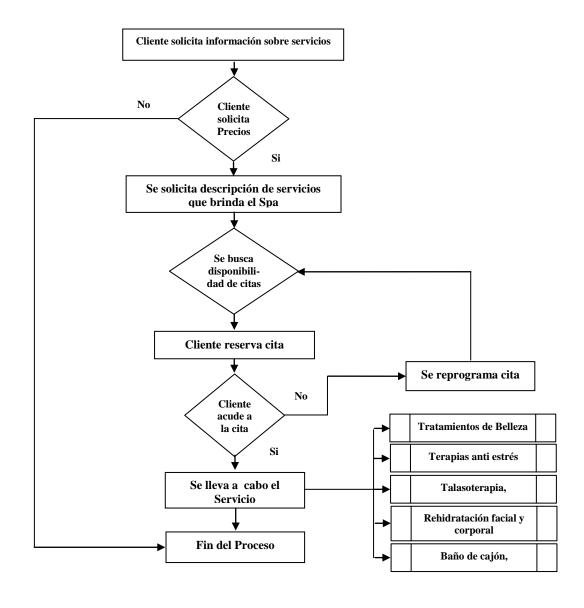
En general los usuarios conciben que el mejor estado físico, sea estar delgado y están conformes con su figura. Es decir no acuden al spa como complemento de algún tratamiento médico, sino más bien para realzar su imagen personal. Los programas más utilizados son: reducción de medidas y tratamientos faciales; para mejorar su estado físico y mental, el gimnasio y los masajes relajantes son los más indicados.

3.1.3.4 Ejecución de tratamiento seleccionado

Esta parte del proceso se refiere a la realización en si del tratamiento, para lo cual el cliente se dirige a la sección o ambiente disponible y determinado, en el que personal especializado (puede ser el mismo terapeuta), le acompañará y brindará todas las comodidades durante el lapso de tiempo que allí permanezca.

Entre los servicios más destacados se tiene, una combinación entre medicina preventiva, tratamientos de belleza, deportes, se utilizarán terapias anti estrés, talasoterapia, baños de cajón, oxigeno, rehidratación facial y corporal, aplicación de células vivas, aroma terapia, reflexoterapia, fango terapia, masajes de distintos tipos entre los más destacados.

3.1.3.5 Diagrama de flujo del proceso



3.1.4 Optimización del proceso de servicios y de la capacidad de servicios de la planta

De acuerdo al tipo de servicio que se trate, se calculan los tiempos, insumos y equipos a utilizar, existen tratamientos simples que demoran 20 minutos y otros más complejos que tiene duración de hasta 2 horas, es por eso que se deben concertar citas y planificar el trabajo para que se puedan tener espacios de tiempo suficientes y el uso de los recursos sea óptimo. Es necesario dejar establecido que un mismo tratamiento difiere en tiempos, insumos y procedimiento según la individualidad de cada cliente.

3.1.5 Selección de maquinaria

En el mercado local existe un limitado número de proveedores para ese tipo de maquinaria, el siguiente cuadro resume los posibles contemplados:

Cuadro 45 Proveedores Potenciales

N°	NOMBRE	DIRECCIÓN
1	Euroestética equipos y productos; soluciones para tu Spa	Av. Del Bombero Km 6,5 edificio Cebos center local # 1 (Planta Baja) Telf. 519 9671
2	Prodigyn Store equipos para estética y Spa	Importador y distribuidor teléfono 2800 348
3	Multitrade Ecuador, Fabricante de sauna, baños de cajón, baños de asiento calefones	Cdla. Naval Norte Mz. 6 villa 1(local 5) diagonal al colegio Aguirre Abad

Fuente: Investigación de Mercado Elaborado por: Verónica Sánchez

En el presente apartado se describen varios de los equipos que se precisan para llevar a cabio en los diferentes tratamientos o terapias especialmente en lo referente a los tratamientos de la piel y del cuerpo.

Equipo Luna 6, posee seis aplicaciones en una:

- cavitación
- ultrasonido facial,
- ultrasonido corporal,

- radio frecuencia tripolar,
- radio frecuencia bipolar y
- luz de foto rejuvenecimiento

La intensidad ultra potente de 50w/cm2 permite ver el resultado desde el primer tratamiento, la cavitación. Este equipo es completamente diferente de las máquinas de ultrasonido en general, gran pantalla táctil LCD de 7 pulgadas, su uso no requiere anestesia, adecuado para todo tipo de piel, fácil operación, fácil estudio.

Plicometro medidor de grasa corporal.- en plástico de alta resistencia. Los médicos, entrenadores personales y nutricionistas recomiendan la medición periódica de la grasa corporal para mantener el estado de salud adecuado.





Cavitador profesional Sculptor II TOPLASER incorpora RF bipolar corporal y facial. Equipo diseñado para uso exhaustivo en estéticas y spa de flujo de pacientes.

Sistema de laser fracional erbium glass Light Cube III TOPLASER

Tratamiento para:

- Las líneas finas y arrugas;
- Manchas de la edad y las manchas, acné asusta;
- Dañada por el sol la piel en la cara, cuello, hombros y manos;
- La hiperpigmentación (un pigmento más oscuro
 - o manchas de color café);
- Asusta quirúrgica, poros, marca el nacimiento y la lesión vascular.



Tripollar Pose medidor de grasa corporal.- tecnología israelita pionera de radio frecuencia tripollar ayuda a reducir y definición.

Dispositivo de liposucción no invasiva para el uso doméstico casero, seguro y fácil de usar, reduce las células adiposas y la celulitis, remodelando la silueta y haciendo que la piel se vuelva más suave, fuerte y tonificada. Clínicamente testado y desarrollado con una tecnología TriPollar, TriPollar POSE es la alternativa perfecta a los tratamientos estéticos profesionales.

LED PDT-1000 Sistema de lampara Led PDT 1000 TOPLASER.

Ventajas

- 1) Tres colores en la cabeza un LED, el cambio entre diferentes colores sólo pulsando un botón.
- 2) Para todo tipo de piel, sin efectos secundarios.
- 3) Cómodo, indoloro, no a la invasión y el tiempo de inactividad.
- 4) No hay materiales de consumo.

Lipo Laser Cold Fat Lipolysis System la última y más eficiente tecnología indolora no invasiva para reducción de medidas.

Cuando las paletas del láser se colocan sobre la piel, los haces de láser frío rojos penetran en la piel de la misma profundidad suficiente para llegar a las capas de grasa.



Cuando la luz incide en las células de grasa, una cadena de eventos rápidamente se lleva a cabo. En primer lugar, los poros se forman en las células haciendo que se derrame. Ácidos El agua, glicerol y ácidos grasos se mueven en el espacio intersticial debajo de la capa de grasa en la piel. Luego el agua aún más, los ácidos grasos y glicerol derrame hacia fuera. Las células adipocitos están por lo

tanto, de tamaño reducido.

CryoSculptor V9 es equipo más completo para uso profesional incorpora tecnologias de Cryo cavitación, Criolipolisis.

Especificaciones

- Pantalla: 10 "pantalla táctil a color Duración del Tratamiento: De 5 a 30 minutos
- Fuente de alimentación: 110V-120V/220V-240V, 50/60Hz
- La cavitación
- Frecuencia: 32Khz + -10%. Potencia: 82W Max
- Radio Frecuencia
- Frecuencia: 10Mhz. Potencia: 50W Max
 Criolipólisis y Cryoelectrophoresis
- Temperatura de Cryo: Grado mínimo. Electro Frecuencia: 1000 Hz
 Electro modo: 1 Modo de corriente galvánica y 6 de corriente en modo farádica
- Derma Vacuum energía: Max 800 mbar. Rodillo: Rodillo automático para el cuerpo y el mecanismo de deslizamiento para la cara

Electro estimulación Chyntia



Electro estimulación profesional Chyntia calidad y bajo precio, viene con 10 salidas para 20 parches. Función principal: Adelgazar cuerpo y Escultura Figura Imitar a la estimulación de los músculos mediante el ejercicio intenso, como correr, saltar la cuerda, abdominales, etc. para estirar los músculos que no podían ser ejercidos por ejercicio simple. Cuidado del pecho Imitar ejercicio de pecho en expansión para fortalecer el pectoral mayor,

pectoral menor y serrato anterior, estimular los capilares y nervus en epidermis y dermis, hacer que la célula genere hidratación para suministrar oxígeno y nutrientes, restaurar la elasticidad del pecho blanda.

Máquina Profesional de Micro dermobrasion con sensor de presión de aire.

Beneficios.- La dermo abrasión diamante proporciona un procedimiento exfoliacion de piel no quirúrgico, mediante el uso de cabezas estériles de diamante para desgastar o frotar la capa superior de la piel, y luego aspirar las partículas junto con la suciedad y la piel muerta de nuevo. Este procedimiento elimina los restos de piel, imperfecciones, manchas, arrugas y pigmentación no deseada en la piel.



- Triturar la piel muerta de la epidermis
- Mejora la piel, reducir las líneas finas, suavizar la cicatriz y el acné, haciendo la piel suave y limpia
- Estimular y acelerar el metabolismo
- Aumento de la capacidad de absorción de la piel que el original

Ultrasonido facial profesional de 3Mhz con dos cabezales que permites su uso facial y corporal.



El beneficio de la calefacción de la terapia de luz se extiende por los vasos sanguíneos, mejorando la circulación sanguínea y la vitalidad, estimulando los nervios, hace que se extienda el tejido, ayuda a la recuperación de los dolores y la fatiga.

Desintoxicación iónica de pies para dos usuarios.

Disfrute de los tratamientos de spa de lujo.



Esta unidad de desintoxicación iónica de doble usuario, opera con dos arrow iónicos de pies al mismo tiempo, el uso de ella por sí mismo, o con otra persona.

Características del equipo de desintoxicación iónica de pies:

- Dos sistemas en uno dos personas pueden disfrutar de la experiencia de desintoxicar juntos.
- 2) Plug and play reproductor de MP3 permite que ambos puedan escuchar música relajante suave como el arpa y la flauta con las olas del mar y canciones de aves (ya cargado) mientras desintoxicación y limpiar.
- 3) Potente funciona a 50 vatios, voltios y amperios 15 0.0-2.5
- 4) Fácil de usar.

3.1.6 Cálculo de la Mano de Obra necesaria

De acuerdo a las características del servicio, para el cálculo de la mano de obra es necesario realizar el análisis de acuerdo al diagrama de flujo, según el cual se tiene la siguiente necesidad de mano de obra:

Cuadro 46 Calculo de la Mano de Obra

AC T.	DESCRIPCIÓN	TIEMPO DE OPERACIÓ N	CAPACIDAD PROFESION AL /EQUIPO	FRECUE N-CIA POR DIA	MAN O DE OBRA NEC.	TIEMPO TOTAL DIA
1	Recepción de llamadas de los clientes	3 min por llamada	17 llam. / h	35	0,256	2,05 horas
2	Atención al cliente en recepción	5 min / cliente	10 clientes / hora	Lunes – martes 40	0,25	2,00 horas
				Miércoles -jueves 80	0,50	4,00 horas
				Fin de semana 300	1,25	10,00 horas
3	Preparación previa al tratamiento	10 min/ cliente	5 clientes / hora	Lunes – martes 40	0,50	4,00 horas
				Miércoles -jueves 80	1,00	8,00 horas
				Fin de semana 300	2,50	20,00 horas
	Tratamiento especializado	40 min/cliente	1,27 clientes/ hora	Lunes – martes 40	0,98	7.87 horas
4				Miércoles -jueves 80	1,96	15.74 horas
				Fin de semana 300	4,92	39,37 horas
5	Proceso de facturación	5 min por factura	17 fact. / h	Lunes – martes 40	0,15	1.18 horas
				Miércoles -jueves 80	0,29	2,35 horas
				Fin de semana 300	0,73	5,88 horas

Fuente : Gabriel Oña Evaluación de Proyectos, Caso práctico, estudio técnico Pág. 138-139 **Elaborado por :** Verónica Sánchez

De acuerdo a los cálculos realizados en el cuadro 44, se deben considerar el número de clientes que se esperan atender por día según la proyección que se ha realizado y considerando que una persona produce realmente el 85% de sus 8 horas de trabajo y según los especialistas, eso es normal o lo exigible y de acuerdo a estos parámetros se deben hacer los cálculos. Es importante destacar que existe una variación en el cálculo debido a las diferencia de demanda diaria ya que no es lo mismo un martes que un sábado la afluencia del público y demanda de los servicios se duplica o triplica según sea el caso.

En el análisis se tiene que para atender a los clientes de lunes a jueves hacen falta 4 personas; mientras que, entre el viernes y el domingo se necesitan 10 empleados diarios para atender la demanda del público en forma eficiente, en base a la proyección realizada, se tiene 410 personas que asistirán al local, se tendría que planificar el horario en base a turnos y empleos a tiempo parcial o a destajo, sin tomar en cuenta que los profesionales o especialistas prestan sus servicios profesionales por hora.

No se ha establecido el requerimiento en base al equipamiento porque no es un proceso productivo, en todo caso la capacidad instalada es superior a la utilización a la que estarán sujetos los equipos según sus características individuales porque se tratan de equipos para uso profesional de gran demanda de uso.

3.1.7 Justificación de la cantidad de equipo comprado

De acuerdo a las necesidades o requerimientos de los servicios ofertados se han cotizado y se planifica la compra de cada uno de los equipos y maquinarias que se utilizarán en el servicio que oferta el Spa.

3.1.8 Mantenimiento que se aplicará por parte de la empresa

Todos los equipos se adquirirán con garantía de mantenimiento de fábrica o del distribuidor de tal manera que es un costo que no asume la empresa porque estará

incluido en el contrato de adquisición; sin embargo en la medida que se incremente el volumen de trabajo se prevé la contratación de un técnico.

3.1.9 Determinación de las áreas de trabajo necesarios

Se cuenta con un espacio de 600 metros cuadrados distribuidos de la siguiente manera:

Cuadro 47

Necesidad de espacio para cada actividad del Spa

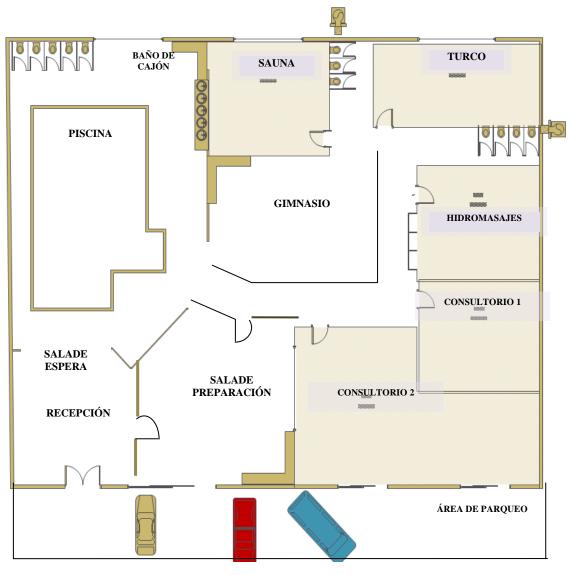
N°	Descripción	Área en m ²
1	Recepción y sala de espera	36
2	Sala de preparación, área de transito elevado por eso su amplitud	48
3	Consultorio 1, destinado para las terapias de relajación y meditación	30
4	Consultorio 2, para tratamientos relacionados con estética y belleza, la cantidad de equipos requiere más espacio	70
5	Hidromasajes y todo lo relacionado con los tratamientos de relajación corporal	30
6	Baño Turco	32
7	Baño Sauna	30
8	Piscina	50
9	Duchas y baños para piscina	10
10	Baño de cajón	16
11	Área de circulación en piscina	36
12	Gimnasio	47
13	Área de servicios higiénicos y duchas para Sauna Turco e hidromasajes	22
14	Áreas de circulación generales	23
15	Área de parqueaderos	120
	TOTAL	600

Fuente : Investigación de Campo **Elaborado por :** Verónica Sánchez

La distribución y especificación de las áreas han sido consultadas a profesionales como el arquitecto Darío Coloma quien asesoró en la esquematización de la distribución

3.1.9.1 Distribución de la Planta

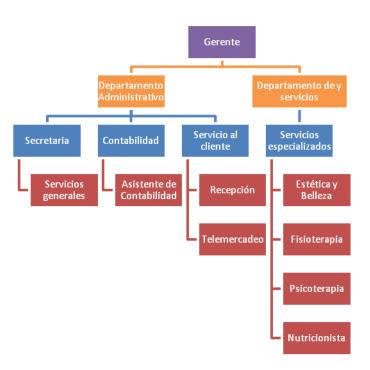
Figura 15 Distribución del Spa



Diseño : Arq. Darío Coloma **Elaborado por:** Verónica Sánchez

3.1.12 Organigrama de la empresa

Figura N. 16 Organigrama estructural de la empresa



Como ya se había establecido, la empresa para su normal desempeño necesita de catorce trabajadores, considerando que el trabajo entre el lunes y el jueves es de menor demanda, se deberían establecer turnos y días de descanso entre estos días, para que todo el mundo pueda estar laborando entre viernes y domingo.

Será necesario un gerente, el mismo que tendrá a cargo la administración de la empresa pero además deberá cumplir otras actividades relacionadas con el mercadeo, siempre y cuando el volumen de trabajo se lo permita.

Se han estructurado dos departamentos en los cuales se resumen los procesos operativos de la empresa el Administrativo y el de Servicios cada uno tiene a su cargo la gestión del servicio que oferta la empresa.

En función de la carga de trabajo que se presente, el administrador deberá estar al pendiente a fin de que por lo menos al inicio se diversifiquen las actividades que cada empleado realice para optimizar los tiempos y capacidades de cada uno.

3.1.13 Aspectos legales de la empresa

En cuanto a los aspectos legales se establece que la empresa no produce elementos contaminares a más de la utilización del agua, la misma que sufre un proceso de reciclaje por lo que debe ajustarse a la normativa existente para el funcionamiento que otorga la autoridad correspondiente, en el presente caso el Ministerio de Salud Pública:

3.1.13.1 Requisitos para la constitución de una empresa según su tipo.

Empresas Mercantiles

- Escritura Pública de Constitución de la Compañía.
- Aprobación en la Superintendencia de Compañías
- Depósito de un monto de dinero en la cuenta bancaria
- Inscripción en el Registro Mercantil.

Empresas Civiles.

 Toda actividad económica puede desarrollarse como empresa civil, para lo cual necesitamos llenar el estatuto de constitución y reconocerlo ante el Juez de lo civil.

Empresas de Hecho.

Ninguno

Los tipos de sociedades mercantiles son Nombre Colectivo, Comandita Simple, Responsabilidad Limitada, Anónima y Economía Mixta.

Requisitos para obtener el RUC:

• Original y copia a color de la cedula vigente.

- Original del certificado de votación (exigible hasta un año posterior a los comicios electorales).
- Planilla de servicios básicos (agua, luz o teléfono). Debe corresponder a uno de los últimos tres meses anteriores a la fecha de inscripción.
- Estado de cuenta bancario, o del servicio de televisión pagada, o de telefonía celular o de tarjeta de crédito
- Comprobante de pago del impuesto predial. Debe corresponder al del año en que se realiza la inscripción o del inmediatamente anterior.
- Contrato de arrendamiento (puede estar vigente o no) conjuntamente con el comprobante de venta válido emitido por el arrendador correspondiente a uno de los últimos tres meses anteriores a la fecha de inscripción. El emisor del comprobante deberá tener registrado en el RUC la actividad de arriendo de inmuebles.
- Escritura de propiedad o de compra venta del inmueble, debidamente inscrita en el Registro de la Propiedad, o certificado del registrador de la propiedad el mismo que tendrá vigencia de 3 meses desde la fecha de emisión.
- Certificación de la Junta Parroquial más cercana al lugar del domicilio, solo en caso de que el predio no esté catastrado.

Requisitos para obtener la Patente Municipal

Personas Jurídicas

- Certificado de Uso de Suelo
- Certificado de no adeudar al municipio.
- Copia de la última planilla de agua potable.
- Copia de la cédula del Representante Legal de la Empresa.

Tasa Administrativa

- Adquirir 1 tasa para patente de personas jurídicas.
- Original y copia simple de cédula de identidad del Representante Legal
- Estado del Balance Inicial notariado
- Copia nítida del nombramiento del Gerente o Presidente de la compañía.

Permiso de Funcionamiento por parte del Benemérito Cuerpo de Bomberos de la Ciudad de Quito

Requisitos:

- Si el trámite lo realiza personalmente, adjuntar copia de la cédula de ciudadanía o autorización por escrito para la persona que realizará el trámite adjuntado fotocopia de las cédulas de ciudadanía de quien autoriza y del autorizado más copia del nombramiento si es de Cía.
- Copia completa del RUC (Registro Único de Contribuyente) donde conste el establecimiento con su respectiva dirección y actividad.
- Original y copia de la Calificación Artesanal en caso de ser artesano.
- Copia completa del RUC (Registro Único de Contribuyente) donde conste el establecimiento con su respectiva dirección y actividad.
- Original y copia de la factura actualizada de compra o recarga del extintor, la capacidad del extintor va en relación con la actividad y área del establecimiento (mínimo 5 libras).
- Compra de Tasa Administrativa

Permiso de Funcionamiento de la Dirección Provincial de Salud de Pichincha

El solicitante deberá dirigirse a la Dirección Provincial de Salud de Pichincha y cumplir los siguientes requisitos:

Por primera vez

- Solicitud dirigida al Coordinador de Vigilancia Sanitaria, solicitando inspección al local.
- Copia del Permiso del Cuerpo de Bomberos.
- Copia de RUC.
- Copia de Cedula del Propietario o Representante Legal.
- Copia del último Certificado de Votación.

3.1.13.2 Aspectos relevantes del Reglamento para otorgar permisos de funcionamiento a los establecimientos sujetos a vigilancia y control sanitario (Ecuador M. d., 2013).

Título I DEL CONTROL SANITARIO Y PERMISO DE FUNCIONAMIENTO

Capítulo I DEL CONTROL SANITARIO

Art. 1.- El control y vigilancia sanitaria es un conjunto de actividades específicas que de conformidad con la Ley Orgánica de Salud y más disposiciones reglamentarias está obligado a realizar el Ministerio de Salud Pública a través de sus dependencias competentes, con el propósito de verificar el cumplimiento de los requisitos técnicos y sanitarios de los establecimientos públicos y privados de servicios de salud, farmacéuticos, alimentos, establecimientos comerciales y otros en donde se desarrollan actividades de: atención de salud, producción, manipulación, almacenamiento, transporte, distribución, importación, exportación y comercialización de productos destinados al uso y consumo humano.

Art. 2.- Son objeto de control sanitario:

- a) El abastecimiento de agua para uso y consumo humano;
- **b**) Los alimentos y bebidas, medicamentos, cosméticos, productos higiénicos y otros productos para uso y consumo humano;
- c) Los plaguicidas;
- d) Las substancias tóxicas o peligrosas para la salud;
- e) Los establecimientos que realizan actividades que generan radiaciones ionizantes;
- f) Viviendas:
- g) Los sistemas de eliminación de excretas, aguas servidas y aguas pluviales;
- h) Disposición e industrialización de desechos;
- i) Fauna nociva y transmisora de enfermedades a los seres humanos; y,
- j) Polución y contaminación ambiental.
- Art. 3.- Son controles sanitarios comunes aplicables a los establecimientos determinados en este reglamento los que se ejercen sobre:

- a) Instalaciones de desagües domiciliarios, alcantarillado central y pozos sépticos;
- b) Número y estado general de baterías sanitarias;
- c) Pisos, cielos rasos, ventilación, iluminación, enlucido de muros interiores y exteriores;
- d) Recolección y depósito de desechos;
- e) Tenencia de animales domésticos; y,
- f) Fauna nociva y transmisora de enfermedades a las personas.

Art. 4.- Son controles sanitarios específicos los que se ejercen sobre:

- a) Producción o fabricación, preparación, manipulación, almacenamiento, transporte, distribución, importación, exportación, comercialización, dispensación, expendio, uso y consumo de los siguientes productos:
 - Alimentos, bebidas y aditivos alimentarios.
 - Cosméticos.
 - Dispositivos médicos.
 - Medicamentos en general.
 - Medicamentos homeopáticos.
 - Plaguicidas; y,
 - Productos biológicos.
 - Productos dentales.
 - Productos higiénicos.
 - Productos naturales procesados de uso medicinal.
 - Reactivos bioquímicos y de diagnóstico.
- b) Ubicación, construcción, instalaciones, equipos, maquinarias, personal y funcionamiento de los establecimientos que se describen en el Art. 20 del presente reglamento.

Estos controles se realizarán con inspecciones periódicas y de conformidad con lo dispuesto en los reglamentos específicos dictados por la autoridad sanitaria nacional.

Art. 5.- El organismo encargado del control y vigilancia sanitaria es el Ministerio de Salud Pública y lo realizará a través de sus diferentes dependencias técnicas competentes. El control del expendio de alimentos y bebidas en la vía pública lo realizará en coordinación con las municipalidades.

Capítulo II, DEL PERMISO DE FUNCIONAMIENTO

- Art. 6.- El permiso de funcionamiento es el documento otorgado por la autoridad sanitaria nacional a los establecimientos sujetos a control y vigilancia sanitaria que cumplen con todos los requisitos para su funcionamiento, establecidos en la Ley Orgánica de Salud, este reglamento y los demás reglamentos específicos.
- Art. 7.- A las direcciones provinciales de salud les corresponde otorgar el permiso de funcionamiento anual, para lo cual el interesado deberá presentar una solicitud dirigida al Director Provincial de Salud de la jurisdicción a la que pertenece el domicilio del establecimiento, con los siguientes datos:
 - Nombre del propietario o representante legal.
 - Nombre o razón social o denominación del establecimiento.
 - Número de Registro Único de Contribuyentes (RUC) y cédula de ciudadanía o identidad del propietario o representante legal del establecimiento.
 - Actividad o actividades que se realizan en el establecimiento.
 - Ubicación del establecimiento: cantón, parroquia, sector, calle principal número e intersecciones, teléfono, fax, correo electrónico si lo tuviere.

A la solicitud debe adjuntar:

- a) Copia del Registro Único de Contribuyentes (RUC);
- b) Copia de la cédula de ciudadanía o identidad del propietario o representante legal del establecimiento;
- c) Documentos que acrediten la personería jurídica cuando corresponda;
- d) Copia del título del profesional de la salud responsable técnico del establecimiento, debidamente registrado en el Ministerio de Salud Pública, para el caso de establecimientos que de conformidad con los reglamentos específicos así lo señalen;

- e) Plano del establecimiento a escala 1:50;
- f) Croquis de ubicación del establecimiento;
- g) Permiso otorgado por el Cuerpo de Bomberos; y,
- h) Copia del o los certificados ocupacionales de salud del personal que labora en el establecimiento, conferido por un Centro de Salud del Ministerio de Salud Pública.

Adicionalmente se deberá cumplir con otros requisitos específicos dependiendo del tipo de establecimiento, de conformidad con los reglamentos correspondientes.

La documentación completa será entregada en el Área de Salud a la que pertenece el establecimiento. En el caso de establecimientos que para su inspección requieren de la intervención de una de las comisiones técnicas señalada en el Art. 10 del presente reglamento el Área de Salud remitirá la documentación a la Dirección Provincial de Salud correspondiente.

Art. 14.- Los permisos de funcionamiento se renovarán anualmente, durante los primeros 180 días de cada año, previo a la presentación y cumplimiento de los requisitos establecidos en el Capítulo II del presente reglamento, adjuntando además el permiso de funcionamiento del año anterior y el pago del derecho por el servicio correspondiente.

Art. 15.- El permiso de funcionamiento contendrá:

- Código del establecimiento.
- Número del permiso de funcionamiento.
- Nombre o razón social del establecimiento.
- Nombre del propietario o representante legal.
- No. RUC o cédula de ciudadanía o identidad del propietario o representante legal.
- Ubicación del establecimiento.
- Tipo de establecimiento.
- Actividad(es) a las que se dedica el establecimiento.
- Categoría del establecimiento.

Fecha de expedición.

- Fecha de vencimiento.

- Firmas y sellos de las autoridades correspondientes (Director o Directora

Provincial de Salud, Coordinador o Coordinadora de Vigilancia Sanitaria

Provincial).

Art. 16.- Las categorías de industria, mediana industria, pequeña industria, artesanía y

microempresa, señaladas en este reglamento se ajustarán a las definiciones de sus

correspondientes normas legales.

Título II DE LOS DERECHOS POR PERMISO DE FUNCIONAMIENTO

Capítulo Único

Art. 19.- Para la concesión del permiso de funcionamiento a los establecimientos

regulados por la Ley Orgánica de Salud, los interesados satisfarán los derechos por

permiso de funcionamiento fijados en este reglamento. Por su parte la autoridad de

salud competente está obligada a realizar el respectivo control y vigilancia sanitaria.

Art. 20.- El valor establecido por concepto de derechos por permiso de funcionamiento

se fija en salarios básicos unificados del trabajador en general.

Para determinar el valor a pagar se debe multiplicar el coeficiente de cálculo por el

equivalente al 2.4% del salario básico unificado del trabajador en general, vigente a la

fecha del pago (derechos por permiso de funcionamiento a cobrar, dólares (\$) =

coeficiente de cálculo x 2,4% del salario básico unificado del trabajador en general).

Código Tipo de Establecimiento Coeficiente de cálculo

1.8 Servicios de rehabilitación 3

1.11 Consultorios psicológicos 1

1.15 Centros de cosmetología y estética:

1.15.1 Lujo 10

108

1.15.2 Primera 6

- 1.15.3 Segunda 4
- 1.15.4 Tercera 2

1.16 SPA:

- 1.16.1 Lujo 10
- 1.16.2 Primera 6
- 1.16.3 Segunda 4
- 1.16.4 Tercera 2
- 1.17 Centros de reducción de peso:
 - 1.17.1 Lujo 10
 - 1.17.2 Primera 6
 - 1.17.3 Segunda 4
 - 1.17.4 Tercera 2
- 8.3 Baños y balnearios públicos y privados:
 - 8.3.1 Piscinas 5
 - 8.3.2 Baños turcos 10
 - 8.3.3 Baños sauna 10
 - 8.3.4 Complejo turísticos (dos o más servicios combinados) 15
 - 8.3.5 Baños o duchas públicos 2
- 8.4 Gimnasios:
 - 8.4.1 Lujo 10

8.4.2 Primera 6

8.4.3 Segunda 4

8.5 Salones de belleza:

8.5.1 Lujo 20

8.5.2 Primera 10

8.5.3 Segunda 5

8.5.4 Tercera 2

8.6 Peluquerías:

8.6.1 Lujo 10

8.6.2 Primera 8

8.6.3 Segunda 5

8.6.4 Tercera 2

Art. 21.- El valor recaudado por concepto de los derechos por permiso de funcionamiento establecidos en el presente reglamento, se destinará al mejoramiento de las actividades de control y vigilancia sanitaria en la respectiva provincia. El destino de los recursos se establecerá mediante acuerdo ministerial.

Los fondos recaudados por concepto de permiso de funcionamiento, estarán sujetos a las auditorías correspondientes establecidas por ley.

DISPOSICIONES GENERALES

Primera.- Los establecimientos de servicios de salud públicos deberán obtener el permiso de funcionamiento cumpliendo con todos los requisitos establecidos en el presente reglamento, excepto el pago de derecho por permiso de funcionamiento.

Segunda.- Se establecerán comisiones técnicas para la inspección con fines de permiso de funcionamiento en el caso de los siguientes establecimientos: de salud públicos y

privados (Códigos: 1.0 a 1.14), centros de reducción de peso (Código: 1.17), establecimientos farmacéuticos (Códigos: 2.0 a 2.9.4 y 2.11) y plantas procesadoras de alimentos, bebidas y aditivos alimentarios (Códigos: 4.1 y 4.3).

Tercera.- A los funcionarios que fueren designados para constituir las comisiones técnicas establecidas en este reglamento les está terminantemente prohibido realizar actividades de control en forma individual, así como actuar sin autorización de la autoridad competente, y sin las credenciales respectivas emitidas por el Ministerio de Salud Pública.

Cuarta.- De conformidad con lo que dispone el Art. 133 de la Ley Orgánica de Salud la autoridad sanitaria nacional podrá delegar a los municipios, dentro de sus funciones, el ejercicio de las acciones necesarias para el control sanitario, quienes las realizarán de acuerdo con las disposiciones y normas emitidas por dicha autoridad.

Se ha querido referir al reglamento en todo el contexto para que quede claro lo que se necesita para obtener el permiso de funcionamiento, encontrándose con la novedad que el tipo de negocio que se desea implementar corresponde a varios tipos considerados por separado en el reglamento así que el primer paso para la tramitación del permiso será averiguar a la autoridad correspondiente bajo qué código iniciar el trámite.

3.1.14 Conclusiones del Estudio Técnico

Una vez que el estudio técnico se ha realizado se pueden establecer las siguientes conclusiones:

- Se ha establecido la mejor ubicación para la empresa y este está en Cumbayá.
- También se ha determinado la capacidad instalada en función del capital de inversión.
- Se ha realizado una caracterización y distribución de servicios de las instalaciones.
- Otro aspecto importante es el cálculo de y justificación de los equipos y los recursos humanos necesarios, llegando a establecer un número de 12 trabajadores necesarios para atender la demanda que generará el centro.

 Existen reglas bastante complicadas para lograr el permiso de funcionamiento sobre todo porque se piensa establecer un servicio que abarca varios de los indicadores considerados en el Reglamento del Ministerio de Salud.

CAPÍTULO 4

ESTUDIO ORGANIZACIONAL

4.1 Base legal

4.1.1 Constitución legal de la empresa

La constitución legal del Centro especializado de Mantenimiento Corporal y Relajación SPA, tiene como objetivo afianzar su imagen como una empresa seria que contribuye al bienestar físico y mental de la población objetivo. Por tal motivo el presente estudio promoverá la creación de una empresa conformada por interesados en el emprendimiento de una nueva alternativa para satisfacer una demanda de servicio insatisfecha y aportar a la generación de empleo.

4.1.2 Tipo de compañía

El Centro especializado de Mantenimiento Corporal y Relajación SPA se constituirá como una Compañía de Responsabilidad Limitada, esto significa que DEJAVÚ SPA LTDA. Responderá únicamente por el total de sus aportaciones y capital.

4.1.3 Finalidad de la compañía

Al constituirse la compañía tiene como finalidad prestar servicios de mantenimiento corporal y relajación esto es salud integral mediante la aplicación de terapias médicas alternativas y complementarias, además se ofrecerán servicios de estética, belleza y cuidado corporal.

4.1.3.1 Disposiciones generales

- a) La compañía de responsabilidad limitada solamente responde por las obligaciones sociales hasta el monto de las aportaciones individuales y hacen el comercio bajo una razón social o denominación objetiva, a la que se añadirá, en todo caso, las palabras "Compañía Limitada" o su correspondiente abreviatura.
- b) La compañía de responsabilidad limitada podrá tener como finalidad la realización de toda clase de actos civiles o de comercio y operaciones

- mercantiles permitida por la Ley, excepción hecha de operaciones de banco, segura, capitalización y ahorro.
- c) El principio de existencia de esta especie de compañía es la fecha de inscripción del contrato social en el Registro Mercantil.
- d) El capital de la compañía estará formado por las aportaciones de los socios y no será inferior al monto fijado por el Superintendente de Compañías. Estará dividido en participaciones expresadas en la forma que señale el Superintendente de Compañías.
- e) Al constituirse la compañía, el capital estará íntegramente suscrito, y pagado por lo menos en el cincuenta por ciento de cada participación. Las aportaciones pueden ser en numerario o en especie y, en este último caso, consistir en bienes muebles o inmuebles que correspondan a la actividad de la compañía. El saldo del capital deberá integrarse en un plazo no mayor de doce meses, a contarse desde la fecha de constitución de la compañía. (Ecuador S. d., 2013)

4.1.3.2 Requisitos para constituir una Compañía de Responsabilidad Limitada

• Nombre de la Compañía

Se constituye en la razón social, deberá ser aprobado por la Secretaría General de la Oficina Matriz de la Superintendencia de Compañías, o por la Secretaría General de la Intendencia de Compañías Quito. El nombre planteado es: DEJAVÚ SPA LTDA.

Socios

- Para intervenir en la constitución de una compañía de responsabilidad limitada se requiere de capacidad civil para contratar, no podrán hacerlo entre padres e hijos no emancipados ni entre cónyuges.
- Las personas jurídicas, con excepción de los bancos, compañías de seguros, capitalización y ahorro y de las compañías anónimas extranjeras, pueden ser socios de las compañías de responsabilidad limitada.
- La compañía de responsabilidad limitada se constituirá con tres socios mínimo, o con un máximo de quince si sus socios exceden del

- número de quince deberá transformarse en otra clase de compañía o disolverse (Art.95de la Ley de Compañías). (Ecuador S. d., 2013)
- El Centro Especializado de Mantenimiento Corporal y Relajación
 Spa se constituirá con tres socios.

• Solicitud de aprobación

Se deberá presentar al Superintendente de Compañía o a su delegado tres copias certificadas de la escritura de constitución de la compañía y se adjuntará la solicitud, suscrita por un abogado, en la que se pide la aprobación del contrato constitutivo.

Capital Mínimo

- El capital de la compañía estará formado por las aportaciones de los socios y no será inferior al monto fijado por el Superintendente de compañías.
- El capital mínimo con que ha de constituirse es de 400 dólares norte americanos.
- Al constituirse la compañía, el capital estará íntegramente suscrito, y pagado por lo menos en el 50% de cada participación.
 El saldo del capital deberá integrarse en un plazo no mayor de doce meses, a contarse desde la fecha de constitución de la compañía.
- Las aportaciones pueden ser en numerario (dinero) o en especie (bienes) muebles o inmuebles, o incluso, en dinero y especies. (Art.102, 103,104 de la Ley de Compañías). (Ecuador S. d., 2013)
- o Los accionistas fundadores suscriben íntegramente un capital social de 750 dólares, dividido en 750 participaciones de 1 dólar cada una además pagan el 100% de capital suscrito por cada uno, mediante aporte numerario y 54.000,00 dólares en especie que es el costo aproximado del terreno.

Cuadro No.48 Suscripción de Capital

N° DE SOCIOS	CAPITAL SUSCRITO	CAPITAL PAGADO	CAPITAL POR PAGAR	N° DE PARTICIPACIONES	CAPITAL TOTAL
1	250,00	250,00	0	250	250,00
2	250,00	250,00	0	250	250,00
3	250,00	250,00	0	250	250,00
APORTACION EN DINERO	750,00	750,00	0	750	750,00
APORTACION EN ESPECIES (TERRERNO)					54.000,00

• Afiliación a la Cámara de Comercio

Previa la obtención de la inscripción de la escritura constitutiva y de la resolución aprobatoria en el Registro Mercantil, se requiere estar afiliado a una de las Cámaras correspondientes, en este caso a la Cámara de Comercio.

4.1.3.3 Obligaciones legales

DEJAVÚ SPA LTDA. Deberá cumplir las siguientes obligaciones:

• Obtención del RUC

"El Registro Único de Contribuyentes (RUC) es el sistema de identificación por el que se asigna un número a las personas naturales y sociedades que realizan actividades económicas, que generan obligaciones tributarias ", para su obtención se deberá presentar los siguientes documentos: (Internas, 2013)

- Copia certificada de la escritura pública de constitución de la compañía, con la razón de su inscripción en el Registro Mercantil.
- Copia certificada del nombramiento del representante legal de la compañía, debidamente inscrito en el Registro Mercantil.

- Copias de la cédula y de la papeleta de votación del representante legal.
- Certificación de la dirección domiciliaria en que la compañía desarrolle su actividad económica.
- Formulario del RUC en que consten todos los datos en él exigidos para la inscripción de persona jurídica, y la firma de su representante legal.
- Obtención de la Licencia Metropolitana de Funcionamiento Patente

Anual

La patente municipal es un tributo municipal que deben pagar personas naturales y jurídicas que ejercen actividades económicas dentro del Distrito Metropolitano de Quito este es el requisito para obtener el permiso de funcionamiento, de esta manera Brío Spa Terapéutico deberá obtener la patente municipal, previa el pago del Registro en la Tesorería Municipal, para obtenerlo se deberá presentar:

- Formulario de Solicitud de Licencia Metropolitana de Funcionamiento
- Escritura de Constitución
- o RUC
- Copias de Cédula
- o Copias de Papeleta de Votación
- Copia de Pago Impuesto Predial
- Compatibilidad de uso de suelo
- Permiso Ambiente

• Compatibilidad de Uso de Suelo

Consiste en autorizar la compatibilidad de funcionamiento de un establecimiento con el uso del suelo, para obtenerlo se deben presentar los siguientes requisitos:

- o Solicitud de Informe de Compatibilidad de Uso del Suelo (Croquis)
- o Escritura de Constitución.

- o RUC.
- o Copias de Cédula.
- o Copias de Papeleta de Votación.
- o Copia de Pago Impuesto Predial.
- o Informe de Regulación Metropolitana.

Permiso de Bomberos

Este permiso consiste en instalar sistemas de prevención de incendios dentro de la organización, la solicitud se realiza en el cuerpo de bomberos correspondiente a la zona. Para obtenerlo se debe contar con:

- Extintores de incendios en número, capacidad y tipo determinado por el Departamento de Prevención y Control de Incendios del Cuerpo de Bomberos.
- o Señalización de Escape.
- Pago del Impuesto Predial.

• Permiso de Ambiente

El Municipio del Distrito Metropolitano de Quito a través de la Dirección Metropolitana del Medio Ambiente establece guías de prácticas ambientales para los sectores industriales de bajo impacto, comercios y servicios, a fin de promover los impactos ambientales sobre el medio ambiente y la salud. Este permiso es requisito para obtener la licencia de funcionamiento y está sujeta a inspecciones previas, para obtenerla se deberá cumplir los siguientes requisitos:

- Manejo Ambiental Ruido

- o Controlar emisiones del ruido hacia el exterior.
- Colocar letreros de advertencia respecto a la afectación de la salud que puede ocasionar la exposición prolongada a elevados niveles de ruido.
- Los parlantes deben estar orientados hacia el interior.

Manejo Integral de Residuos

- Los tarros de basura serán exclusivos para tal fin, estarán identificados y con fundas plásticas en su interior.
- Los residuos inorgánicos (envases y embalajes) se clasificarán de acuerdo al tipo de material (cartón, vidrio, papel) para una disposición que priorice el reciclaje y la reutilización, a excepción de envases de productos químicos de desinfección y limpieza que serán entregados al recolector de basura.
- Los desinfectantes y detergentes deberán ser identificados y guardados de acuerdo a la recomendación del fabricante.
- El establecimiento debe contar con un sitio para el almacenamiento de la basura y mantener el área circundante en un radio de 10 m limpio.

Manejo Ambiental de Emisiones a la Atmósfera

• En el caso de que el establecimiento cuente con grupos electrógenos cuyo uso sea mayor de 60 horas por semestre y su potencia supere los 37 Kw, deberán presentar las caracterizaciones fisicoquímicas de sus emisiones gaseosas en el mes de noviembre de cada año.

Manejo de Riesgos

- El establecimiento de acatar las disipaciones de prevenían de incendios establecido por el cuerpo de bomberos.
- o Contar con instalaciones eléctricas aisladas, protegidas y fijas.
- Ningún establecimiento podrá verter al alcantarillado público ninguna sustancia contaminante (sustancias inflamables con ácidos o alcalinos).
- Permiso de funcionamiento de la Dirección Provincial de Salud de Pichincha

Se deberá obtener el permiso de funcionamiento establecido por la Dirección del Proceso de Vigilancia de Control Sanitario, para esto se deberá cumplir los siguientes pasos: (Ecuador M. d., 2013)

- Solicitud para permiso de funcionamiento.
- Planilla de Inspección.

- Copia de títulos de los Profesionales Endocrinólogo y Nutricionista, (en caso de centro de reducción de peso).
- Médico (en caso de centro de cosmetología y estética).
- Lista de tipos de tratamiento realizados por el centro de reducción de peso, con el aval del profesional responsable.
- Copias de títulos de los profesionales de la salud (registrados en el Ministerio de Salud Pública)
- Copia título del Profesional Licenciado (a) en Educación física gimnasios.
- o Copia del Certificado del título emitido por el CEES.
- Copia de certificado de salud ocupacional emitido por los centros de salud del Ministerio de Salud (el certificado de salud tiene validez por 1 año desde su emisión)
- o Copia de la Cédula.
- Certificado de Votación del propietario.
- o Copia del RUC del establecimiento.
- o Certificado de Funcionamiento del Cuerpo de Bomberos.

• Registro Patronal

A continuación se detallan los requisitos que el patrono necesita para obtener el registro patronal en el Instituto de Seguridad Social IESS:

- o Contrato de trabajo inscrito en la Inspección de Trabajo.
- Cedula de identidad del representante de la compañía y papeleta de votación.
- o RUC de la compañía.
- Copia de pago de teléfono o luz

El empleador está obligado a registrar al trabajador, a través de la página web del IESS, desde el primer día de labor y dentro de los 15 días siguientes al inicio de la relación laboral.

4.2 Base filosófica de la empresa

4.2.1 Objetivo general

Determinar estructura la organizacional del Centro Especializado de Mantenimiento Corporal y Relajación Spa DEJAVÚ SPA LTDA., su filosofía empresarial.

4.2.2 Objetivos específicos

Establecer cultura organizacional de DEJAVÚ SPA LTDA.; misión, visión, objetivos, valores, principios y políticas de la organización.

Crear la estructura funcional del Centro Terapéutico de Medicina Alternativa y SPA. DEJAVÚ SPA LTDA.

4.2.3 Cultura organizacional

La cultura organizacional es el conjunto de normas, hábitos y valores, que practican los individuos de una organización y que hacen de ésta, su forma de comportamiento; para ello, es necesario que se tenga un objetivo a largo plazo.

4.2.3.1 Misión

Brindar tratamientos variados o alternativos en un ambiente de equilibrio y armonía, con el uso del agua, técnicas de masajes y rituales de relajación, a cargo de personal calificado y tecnología de punta, ofreciendo a los clientes un lugar que les permita relajarse física y mentalmente y aliviar distintas malestares corporales.

4.2.3.2 Visión

Constituirse en uno de los mejores Centros Terapéuticos de Medicina Alternativa y SPA del valle de Cumbayá y Tumbaco de ciudad de Quito al cabo de cinco años, enfatizándose por brindar servicios de la más alta calidad posible, totalmente personalizados, respetando y cuidando la integridad física y emocional del cliente, aportando a la vez al desarrollo económico del sector.

4.2.3.3 Objetivos de DEJAVÚ Spa Ltda.

Implementar un Centro Especializado de Mantenimiento Corporal y Relajación SPA, pionero en ofrecer un servicio orientado directamente al mantenimiento y mejoramiento de salud y cuidado corporal con técnicas de relajación y terapias alternativas que permitan a la persona sentirse en armonía tanto física como emocional y con el ambiente que lo rodea.

Alcanzar beneficio económico a través del servicio prestado a fin de que los socios puedan acceder a una utilidad por el aporte del capital invertido.

Ser una empresa comprometida con la sociedad, que no busque solamente su propio beneficio sino el bienestar de todos quienes la conforman generando fuentes de empleo, motivando y capacitando al trabajador para asegurar el mejoramiento continuo institucional.

Recuperar la inversión en un tiempo no mayor a 5 años para de esta manera con la utilidad obtenida, refinanciar el proyecto con ideas innovadoras.

El Centro Especializado de Mantenimiento Corporal y Relajación SPA se caracterizará por:

- Brindar servicios de la más alta calidad posible.
- Capacitar permanente a sus empleados.
- Respetar y cuidar la integridad física y emocional del cliente.
- Ser una empresa especializada y confiable con apoyo permanente al cliente.
- Buscar un alto nivel de confort mediante un ambiente relajante y acogedor conjuntamente con personal especializado con vocación de servir.

4.2.3.4 Valores organizacionales

Los valores y principios organizacionales constituyen los cimientos de la cultura de la empresa, aportan un sentido de dirección común para todos los empleados y crean directrices para su actuación diaria.

Los valores y principios del Centro de Medicina Alternativa y SPA serán:

Responsabilidad.- Expuesto en las acciones de la empresa y acciones del personal para satisfacer las necesidades de los clientes.

Honestidad.- Reflejado al realizar diagnósticos acertados y tratamientos pertinentes con precios justos. Manifestado al compensar al personal con un salario justo con pautas de direccionamiento.

Respeto.- Brindar un trato justo al personal y a los clientes con actitud de escucha, comprensión, orientación, corrección frente a los empleados y tacto en la expresión hacia los clientes.

Calidez.- Demostrar relaciones interpersonales de cordialidad en un espacio de trabajo limpio, cómodo, aseado para el desempeño de labores.

Participación.- Motivar al personal con la generación de ideas sobre el mejoramiento continuo de la organización.

Excelencia.- Expresada en la búsqueda de la calidad en los servicios.

Innovación.- En tratamientos y técnicas de última generación.

4.2.3.5 Políticas organizacionales

 Política de Servicio
 Satisfacer en lo posible todos los requisitos de calidad, servicio y precio a los clientes.

• Política de Gestión Humana

Establecer un compromiso recíproco entre el Centro Especializado de Mantenimiento Corporal y Relajación SPA y el personal a fin de crear un ambiente favorable al desarrollo: personal, laboral y social, sobre la base de construir una identidad con la misión, visión, y objetivos de la empresa.

Política Social

Promover el comportamiento responsable de la empresa con la sociedad, brindando un servicio confiable y seguro al público objetivo.

• Política Ambiental

Contribuir a mermar los impactos negativos contra el ambiente, haciendo uso de productos naturales y tecnología compatible con el entorno. Mantener un compromiso de ahorro de energía.

• Política de Comunicación

Asegurar que la comunicación se dé en un ambiente manejable y participativo entre administrador y personal. De esta manera el personal de la empresa deberá disponer de información acerca de sus deberes y obligaciones, es decir qué deben hacer y por qué, así como sus condiciones y derechos de trabajo, de esta manera se evitarán incertidumbres.

• Política de Administración y Talento Humano

- Todos los trabajadores que sean incorporados en la empresa deberán cumplir los requisitos y pruebas que se requieran para formar parte del equipo de trabajo.
- Brindar al personal condiciones de trabajo favorables en un entorno seguro y agradable.
- Establecer claramente las funciones que realizarán cada uno de los empleados.
- o Fomentar la participación en equipo.
- o Cancelar puntualmente sueldos y salarios al personal.
- O No se permitirá fumar dentro de las instalaciones.
- Cumplimiento del horario de trabajo establecido y compensación por trabajo extra.

• Política Financiera

- o Lograr el mejor uso de los recursos financieros.
- Cumplir con las declaraciones y el pago adecuado de impuestos exigidos por el gobierno.
- Efectuar los pagos correspondientes al interno (pago de sueldos a tiempo) como externos (bancos y proveedores)

Política Atención al Cliente

 Manejar en forma ética la información obtenida de los usuarios siendo discretos en la comunicación que se mantenga con los clientes, satisfacer necesidades y superar expectativas de los clientes.

4.3 Estructura organizacional y estructura funcional

La estructura organizacional es la manera de organizar y coordinar las actividades de una organización.

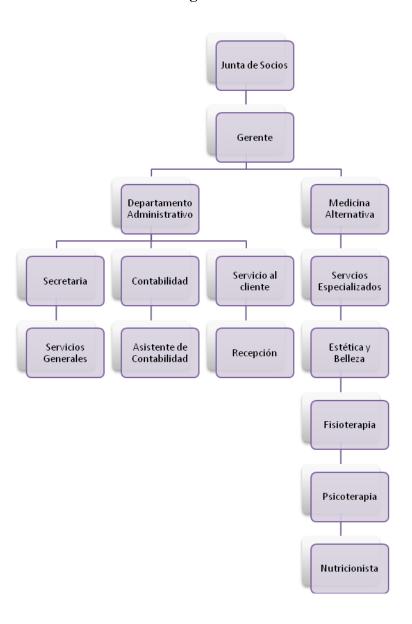
4.3.1 Organización administrativa

El Centro Especializado de Mantenimiento Corporal y Relajación SPA con el fin de lograr óptimos resultados ha dispuesto su composición organizacional de una manera funcional y práctica, de manera que su estructura sea flexible donde existan flujos de comunicación directa entre todos miembros de la organización.

Cabe mencionar que el organigrama propuesto será modificado según el crecimiento y necesidades de la empresa, tomando en cuenta que ha sido diseñado de una manera multifuncional es decir que una persona desarrollará diferentes actividades.

4.3.1.1 Estructura Orgánica

Figura No.17



Fuente: Investigación Elaborado por: Verónica Sánchez

4.3.2 Descripción de funciones

GERENTE (Hombre o Mujer)

Funciones

- Representar legalmente a la empresa.
- Planificar, organizar, dirigir y controlar a la Empresa.
- Mantener una comunicación efectiva con quienes conforman la organización.
- Ejecutar y controlar el cumplimiento de estrategias organizacionales.
- Controlar la nómina de personal.
- Seleccionar al personal de la empresa.
- Coordinar el presupuesto anual de operación de la empresa.
- Analizar Estados Financieros.
- Supervisar actividades.
- Elaborar informes económicos.
- Colaborar en la selección y reclutamiento del personal.
- Fijar estrategias de promoción y publicidad.
- Mantener negociaciones con proveedores.

Formación

- Título superior en Administración de Empresas o afines.
- Manejo de dos idiomas.
- Experiencia en Dirección de Empresas.
- Conocimiento en Tributación y Materia Fiscal Contable.

CONTADOR (Hombre o Mujer)

Funciones

 Realizar actividades de contabilidad como realizar registros contables, informes financieros y efectuar las declaraciones de impuestos.

- Efectuar pagos tributarios.
- Elaborar estados financieros.
- Realizar el rol de pagos.
- Evaluar inversiones.

Formación

- Título superior en Contabilidad y Auditoría.
- Conocimientos de Contabilidad, Legislación mercantil, Análisis de inversiones.
- Experiencia mínima 4 años.

El contador será contratado bajo la modalidad de servicios profesionales el cual consiste en que el profesional percibe una cantidad monetaria por la prestación del servicio, lo cual no implica pago de beneficios de ley.

SECRETARIA/ RECEPCIONISTA (Hombre/Mujer)

Funciones

- Dar la bienvenida al cliente.
- Dar a conocer todos los servicios.
- Pedir los datos al cliente.
- Generar las fichas del cliente.
- Programar citas.
- Registro de la facturación.
- Cuadres de caja.
- Apoyo en las actividades administrativas.

Formación

- Título de Bachiller en Secretariado ó estudiante universitario.
- Experiencia mínima de 1 año.

MÉDICO (Hombre o Mujer)

Funciones

- Diagnosticar y recomendar el Plan de Trabajo que se realizará sobre cada paciente.
- Encargado de la consulta médica de Acupuntura.

Formación

- Profesional médico con especialidad médica alternativa y complementaria preferentemente en acupuntura.
- Experiencia mínima 3 años.

TERAPEUTA 3 (Mujer/Hombre)

Funciones

- Atender de forma personalizada a los clientes.
- Diagnosticar la necesidad del cliente.
- Aplicar técnicas hidrotermales (tinas, chorros, duchas, baños de cajón etc.) según los estándares establecidos.
- Realizar Masajes Terapéuticos.
- Brindar Terapias de Reflexología.
- Responsable de los Tratamientos de Rehabilitación.
- Colaborar con la gerencia en el diseño de menús de tratamientos.
- Mantener y asegurar el buen uso de las instalaciones y equipos.

Formación

- Técnico, Tecnólogo o Licenciado en terapias alternativas y complementarias.
- Conocimientos en fisiología y el manejo de estrés.
- Conocimientos en la realización de los diferentes tipos de masajes.
- Conocimiento en Armonía ambiental.
- Experiencia mínimo 2 años.

INSTRUCTOR DE GIMNASIA ACUATICA (Hombre o Mujer)

Funciones

- Dirigir clases de Gimnasia Acuática y baile.
- Ambientar el área en función de los requerimientos de los clientes.

Formación

- Certificaciones de experiencia en el área.
- Cursos complementarios.
- Experiencia mínima 2 años.

COSMETÓLOGA (Mujer)

Funciones

- Atender de forma personalizada a los clientes.
- Diagnosticar la necesidad del cliente.
- Evaluar el progreso del tratamiento.
- Brindar Tratamientos faciales y corporales.
- Realizar exfoliaciones y aplicar envolturas.
- Asesorar en la venta de productos de uso personal disponibles en el centro.

Formación

- Técnico, Tecnólogo o Licenciado en cosmetología.
- Experiencia mínima 2 años.

AUXILIAR DE COSMETOLOGÍA (Mujer)

Funciones

- Atender de forma personalizada al cliente.
- Realizar manicure y pedicure.
- Ofrecer tratamientos de manos y pies.
- Apoyar en las actividades de Cosmetología.

Formación

• Experiencia mínima 1 año.

SERVICIO GENERALES (Hombre o Mujer)

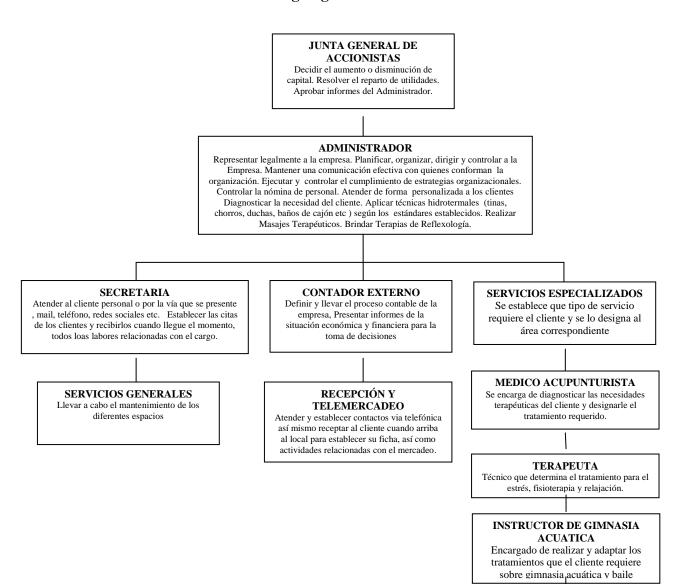
Funciones

- Realizar la limpieza del Spa.
- Controlar la cantidad de suministros de aseo en existencia (stock).
- Servicio de mensajería según el caso.

Formación

• Título de bachiller.

4.3.2.1 Organigrama Funcional



Elaborado por: Verónica Sánchez

COSMETOLOGA
Encargada de los tratamientos
especializados de estética y belleza

CAPÍTULO V

ESTUDIO ECONÓMICO FINANCIERO

5.1 Inversiones del proyecto

Se entiende como inversión a la "La inversión debemos entenderla como, la repartición que se realiza para tener utilidades o beneficio.

Las inversiones son la cantidad de recursos que deben asignarse a las distintas áreas de una empresa.

5.1.1 Activos fijos tangibles

Existe una importante inversión en lo referente a infraestructura y equipamiento de cada uno de los espacios destinados para los diferentes servicios ofertados así:

Cuadro Nº 49 Infraestructura física

RUBRO	PRECIO
INFRAESTRUCTURA	106.750,00
Terrerno (600m2)	54.000,00
Terretine (cooms)	3 1.000,00
Recepción y sala de espera (36 m2)	3.600,00
Sala de Preparación (48m2)	4.800,00
Consultorio 1, destinado para las terapias de	2 000 00
relajación y meditación (30) Consultorio 2, para tratamientos relacionados con	3.000,00
estética y belleza, la cantidad de equipos requiere	
más espacio (70 m2)	7.000,00

Hidromasajes y todo lo relacionado con los	
tratamientos de relajación corporal (30 m2)	3.000,00
Baño Turco (32 m2)	3.200,00
Baño Sauna (30 m2)	3.000,00
Piscina (50 m2)	6.250,00
Duchas y baños para piscina (10 m2)	2.500,00
Área de circulación en piscina (36 m2)	3.600,00
Gimnasio (47 m2)	4.700,00
Área de servicios higiénicos y duchas para Sauna	
Turco e hidromasajes (22 m2)	2.200,00
Áreas de circulación generales (23 m2)	2.300,00
Área de parqueaderos (60 m2)	3.600,00
TOTAL	106.750,00

Se han considerado los valores vigentes en el sector para el terreno y los costos de construcción por metro cuadrado para una construcción normal o estándar (no de lujo); considerando que son 600 metros cuadrados de construcción, que existe un costo diferenciado en lo referente a la construcción de la piscina y la adecuación de todos los espacios según su utilidad o designación. En todo caso el presupuesto que consta en la tabla Nº 46 ha sido provisto por el arquitecto Darío Coloma.

Cuadro Nº 50 Maquinarias y Equipos

14. CYMY1 DY1	
MAQUINARIA	50.122,80
Camillas 4	480,00
Aspiradora	500,00
Electrodo	750,00
Electrodo con Pedestal	580,00
Esterilizador	358,40
Galvánica	537,60

Máquina 6 en 1	800,00
Microdermabración	1.000,00
Filtro de agua	500,00
Espejos	1.250,00
Robot 9 en 1	2.912,00
Ultrasonido	537,6
Vacum	1.300,00
Vapor con Lupa	627,20
Femoral 150 Lbs	1.270,00
Prensa Hack	1.300,00
Rack de sentadillas	1.100,00
Jaula de Sentadilas	1.700,00
Pantorrillera sentada	700,00
Polea alta 200 lbs	900,00
Polea Baja 200 lbs	900,00
Barra T	940,00
Hammer de remo	1.000,00
Pecho sentado 230 lbs	1.250,00
Peck Deck 200 lbs	1.250,00
Banco de pecho plano Olímpico	900,00
Banco de pecho inclinado Olímpico	900,00
Banco de pecho declinado Olímpico	980,00
Máquinas de Torso Rotatorio	1.000,00
Hammer de hombros	1.300,00
Lavadora/Secadora	1.200,00
Porta discos	800,00
Porta mancuernas	1.600,00
Porta Barras	760,00
Barra Olímpica 500 lbs	1.400,00
Barra Z olímpica	

	196,00
Barra romana Olímpica	1.000,00
Barra 1,80 mts Olímpica	254,00
Banco de abdominals	290,00
750 discos importados Olímpicos lbs	1.050,00
Discos importados de 1 pulgada	770,00
Bicleta Spinning profesional x 4	1.800,00
Steps para aeróbicos	500,00
Caminadoras x 2	1.800,00
Colchonetas	480,00
Hidromasaje	1.500,00
Equipo para Sauna	1.200,00
Equipos para piscina	4.000,00
TOTAL	50.122,80

De la investigación y planificación realizada se tiene previsto la adquisición de los equipos que permitirán ofrecer el servicio con la mayor comodidad en la búsqueda de la satisfacción del cliente, teniendo en cuenta que se han obtenido los precios de los proveedores ya sea vía telefónica o por medio del internet y llega a un monto total de \$50.122,80.

Cuadro Nº 51 Muebles y Enseres

RUBRO	PRECIO
MUEBLES Y ENSERES	6.310,00
Sillones sala de espera y oficinas (10 de 3 asientos \$250 c/u)	2.500,00
Sillas para sala de espera y consultorios (30 a \$ 47 c/u)	1.410,00
Escritorios para oficinas y sala de recepción (6 a \$260 c/u)	1.560,00
Sillones ejecutivos (6 a \$140 c/u)	840,00
TOTAL	6.310,00

También es importante considerar el mobiliario para la adecuación de cada una de las oficinas y consultorios que al igual que los equipos y maquinarias han sido investigados en los distintos proveedores y distribuidores, cuyo rubro llega a la suma de \$6.310,00.

Cuadro Nº 52 Equipos de Oficina

EQUIPOS DE OFICINA	3.740,00
Computadoras de escritorio (5 a \$500 c/u)	2.500,00
Impresora (2 a 120 c/u)	240,00
Central telefónica (20 líneas internas)	350,00
Sps	230,00
telefonos fijos (10 a 42 c/u)	420,00
TOTAL	3.740,00

Fuente: Investigación de Campo **Elaborado por:** Verónica Sánchez

Cuadro Nº 53 Equipos de Computación

RUBRO	PRECIO
EQUIPOS DE COMPUTACION	2.970,00
Computadoras de escritorio (5 a \$500 c/u)	2.500,00
Impresora (2 a 120 c/u)	240,00
Sps	230,00
TOTAL	2.970,00

La tecnología y los equipos de oficina también forman parte del equipamiento de los consultorios y oficinas del Spa, por eso de dotará de computadoras y sus accesorios así como una central telefónica para equipar eficientemente las instalaciones que en total representa una inversión de \$3.740,00.

5.2 Capital de trabajo

Desde el punto de vista contable, este capital se define como la diferencia aritmética entre el activo circulante y el pasivo circulante. Desde el punto de vista práctico, está representado por el capital adicional (distinto de la inversión en activo fijo y diferido) con que hay que contar para que empiece a funcionar una empresa; esto es, hay que financiar la primera producción antes de recibir ingresos, entonces debe El capital de trabajo está representado por el capital adicional (distinto de la inversión fija y diferida) con que hay que contar para que empiece a funcionar una empresa, esto es, hay que financiar la primera producción antes de recibir ingresos; entonces debe comprarse materia prima, pagar mano de obra directa que la transforme, otorgar crédito en las primeras ventas y contar con cierta cantidad en efectivo para sufragar los gastos diarios de la empresa. Todo esto constituirá el activo circulante.

Pero así como hay que invertir en estos rubros, también se puede obtener crédito a corto plazo en conceptos como impuestos y algunos servicios y proveedores, y esto es el llamado pasivo circulante. De aquí se origina el concepto de capital de trabajo, es decir,

el capital con el que hay que contar para empezar a trabajar. (Baca Urbina, Evalución de Proyectos, 2001)

Cuadro Nº 54 Capital de Trabajo

RUBRO	INVERSION
Gastos administrativos	30.391,34
Mano de Obra Directa	46.034,10
Mano de Obra Indirecta	5.074,64
Servicios Básicos	8.244,00
TOTAL	89.744,08

Fuente: Investigación de Campo **Elaborado por:** Verónica Sánchez

La composición del capital de trabajo tiene que ver con el financiamiento de los primeros tres meses para materia prima directa, mano de obra directa, mano de obra indirecta y servicios básicos; lo cual suma \$89.744,08 para ese período establecido como mínimo para el inicio de las actividades empresariales.

5.2.1 Cálculo del capital de trabajo

El capital de trabajo es el resultante del excedente de los activos de corto plazo sobre los pasivos de corto plazo, es decir mide la capacidad de una empresa para continuar con el desarrollo normal de sus actividades en el corto plazo, es el resultante restar el Total de Activos de Corto Plazo y el Total Pasivos de Corto Plazo

KT = Total Activo Corriente – Total Pasivo Corriente

Al aplicar la fórmula los datos que se obtienen del Capital de trabajo son los siguientes:

Cuadro Nº 55 Cálculo Capital de trabajo

KT=

2013	2014	2015	2016	2017
219.094,19	595.040,79	1.025.204,33	1.515.531,83	2.073.206,44

Fuente: Investigación de Campo **Elaborado por:** Verónica Sánchez

5.2.2Cálculo del capital de trabajo método del período de desfase

Este cálculo ayuda a conocer la cuantía de la Inversión en Capital de Trabajo que debe financiarse desde que se adquiere los insumos hasta recuperar el Capital invertido mediante la venta del producto, el valor recuperado se destinara a financiar el siguiente Ciclo Productivo.

K.T = (Costo total del año / 360 días) * Número de días del ciclo productivo

Cuadro Nº56

	2013	2014	2015	2016	2017
KT=	95.134,54	100.988,75	105.826,14	110.683,20	116.016,43

FUENTE: Investigación de Campo ELABORACIÓN: Verónica Sánchez

5.2.3 Costos de Operación

Cuadro Nº 57 Costos de operación

	1	2	3	4	5	
Materiales directos	12.252,80	12.595,97	12.948,76	13.311,42	13.684,24	
Mano de obra directa	46.034,10	47.323,22	48.648,43 50.010,7		51.411,22	
Materiales indirectos	319,75	328,81	338,11	347,68	357,51	
Mano de obra indirecta	5.074,64	5.237,03	5.404,62	5.577,57	5.756,05	
Insumos	625,44	643,05	661,16	679,77	698,90	
Depreciación	9.238,03	9.238,03	8.404,78	8.404,78	8.404,78	
Servicios Basicos	8.244,00	8.475,00	8.712,46	8.956,57	9.207,52	
Mantenimiento y reparaciones	422,38	844,75	1.267,13	1.689,50	3.963,24	
Total costos de operación	82.211,14	84.685,86	86.385,45	88.978,05	93.483,46	

Fuente: Investigación de Campo **Elaborado por:** Verónica Sánchez

Cuadro No 58

CARGO	NÚMER O	SUELDO MENSUAL	SUELDO ANUAL	DECIMO TERCERO	DECIMO CUARTO	VACACIONES	APORTE PATRONAL	TOTAL ANUALES
Gastos Administrativos								
Administrador	1	1.000,00	12.000,00	1.000,00	318,00	500,00	1.458,00	15.276,00
Secretaria - Recepcionista	1	318,00	3.816,00	318,00	318,00	159,00	463,64	5.074,64
Contador	1	650,00	7.800,00	650,00	318,00	325,00	947,70	10.040,70
Total Gastos Administrativos								30.391,34
MOI								
Servicios Generales	1	318,00	3.816,00	318,00	318,00	159,00	463,64	5.074,64
Total MOI								5.074,64
MOD								,
Esp. En Est. y Bell 1	1	450,00	5.400,00	450,00	318,00	225,00	656,10	7.049,10
Esp. En Est. y Bell 2	1	450,00	5.400,00	450,00	318,00	225,00	656,10	7.049,10
Masajista	1	500,00	6.000,00	500,00	318,00	250,00	729,00	7.797,00
Instructor Gimnasia Acuática	1	600,00	7.200,00	600,00	318,00	300,00	874,80	9.292,80
Nutricionista	1	450,00	5.400,00	450,00	318,00	225,00	656,10	7.049,10
Instuctor Gimnasio suelo	1	500,00	6.000,00	500,00	318,00	250,00	729,00	7.797,00
Total MOD								46.034,10
TOTAL	10							81.500,09

Sueldos Primer Año

Fuente: Investigación de Campo Elaborado por: Verónica Sánchez

Cuadro Nº 59 Servicios Públicos

SERVICIOS	V	V
BASICOS	MENSUAL	ANUAL
Agua Potable		
	290,00	3.480,00
Energía eléctrica		
	200,00	2.400,00
Teléfono		
	150,00	1.800,00
Internet		
	47,00	564,00
TOTAL	687	8.244,00

De igual manera se expone el resumen de los costos operativos proyectados a cinco años plazo, los mismos que han sido obtenidos en base a las proyecciones de ventas y el cálculo de la mano de obra necesaria para iniciar las operaciones del Spa.

5.3 Depreciación

Cuadro Nº 60 Depreciación de Activos fijos

-r										
	Valor	Vida Util	%	Valor a depreciar	Depreciación Anual	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6
Edificio	52.750,00	20	5%	52.750,00	2.637,50	2.637,50	2.637,50	2.637,50	2.637,50	2.637,50
Muebles y Enseres	6.310,00	10	10%	6.310,00	631,00	631,00	631,00	631,00	631,00	631,00
Maquinaria y Equipos	50.122,80	10	10%	50.122,80	5.012,28	5.012,28	5.012,28	5.012,28	5.012,28	5.012,28
Equipos de oficina	1.240,00	10	10%	1.240,00	124,00	124,00	124,00	124,00	124,00	124,00
Equipo de computación	2.500,00	3	33%	2.500,00	833,25	833,25	833,25			
Terreno	54.000,00		TOTAL	112.922,80	9.238,03	9.238,03	9.238,03	8.404,78	8.404,78	8.404,78

Fuente: Investigación de Campo Elaborado por: Verónica Sánchez

El cuadro refleja una proyección a cinco años plazo del cálculo de las depreciaciones de los activos tangibles, considerando para ello los parámetros establecidos por las normas legales vigentes en cuanto al tiempo de vida útil, destacando que el terreno no se deprecia porque gana plusvalía.

5.3.1 Presupuestos

A continuación se hace un análisis del presupuesto de ingresos y egresos del proyecto que están calculados en base a las ventas proyectadas.

5.3.2 Presupuestos de ingresos

Cuadro Nº 61 Presupuesto de Ingresos

	2013	2014	2015	2016	2017
Numero personas por hora	5	5	5	5	5
Capacidad anual	11.700	17.468	17.996	18.595	19.275
% Ocupación	50,00%	53%	55%	58%	61%
Ocupacion Pacientes Anual	5.850,00	9.170,70	9.920,30	10.763,02	11.714,44
Spa de Manos y Pies	35,00	36,75	38,59	40,52	42,54
Tratamientos Faciales	45,00	47,25	49,61	52,09	54,70
Acuafitness	60,00	63,00	66,15	69,46	72,93
Gimnasio	50,00	52,50	55,13	57,88	60,78
Masajes	50,00	52,50	55,13	57,88	60,78
Promedio	48,00	50,40	52,92	55,57	58,34
TOTAL PRESUPUESTO INGRESOS	280.800,00	462.203,28	524.982,01	598.057,88	683.470,89

Fuente: Investigación de Campo **Elaborado por:** Verónica Sánchez

De la proyección realizada, se ha determinado una capacidad instalada que cubre 1.392 servicios al año considerando un escenario de 5 personas por hora al mismo tiempo que ocuparían un espacio de 12 metros cuadrados por persona y la utilización de los equipos e instalaciones, de esta capacidad se ha previsto según los datos de cada año, empezando por un 50% del total en aumento progresivo de acuerdo a índice inflacionario y lo que establece el mercado entre un 5% y 8% anual de los cuales se establecen 5.850 para el primer año y multiplicado por un precios de venta promedio del servicio por hora de \$40,26 que da un ingreso por este concepto de 280.800 para el primer año.

5.3.3Presupuestos de egresos

Cuadro Nº 62

CUENTAS		AÑOS						
	1	2	3	4	5			
Número de pacientes	5.307	5.765	5.926					
Costos de producción								
Materiales directos	12.252,80	12.595,97	12.948,76	13.311,42	13.684,24			
Mano de obra directa	46.034,10	47.323,22	48.648,43	50.010,75	51.411,22			
Materiales indirectos	319,75	328,81	338,11	347,68	357,51			
Mano de obra indirecta	5.074,64	5.237,03	5.404,62	5.577,57	5.756,05			
Insumos	625,44	643,05	661,16	679,77	698,90			
Depreciación	9.238,03	9.238,03	8.404,78	8.404,78	8.404,78			
Servicios Basicos	8.244,00	8.475,00	8.712,46	8.956,57	9.207,52			
Mantenimiento y reparaciones	422,38	844,75	1.267,13	1.689,50	3.963,24			
Total costos de producción	82.211,14	84.685,86	86.385,45	88.978,05	93.483,46			
Gastos administrativos	47.247,84	49.052,71	50.857,57	52.662,44	54.467,31			
Gastos de ventas	1.581,00	1.641,39	1.701,79	1.762,18	1.822,58			
Gastos Financieros	inancieros 14.427,38 11.334,15 8.642,20		5.635,84	2.278,36				
Total costos y gastos	145.467,36	146.714,11	147.587,00	149.038,51	152.051,71			

Fuente: Investigación de Campo **Elaborado por:** Verónica Sánchez

Se puede analizar en la tabla como está compuesto y distribuido el presupuesto de egresos según lo establecido como número de clientes atendidos por año, esto implica que está financiada la operación de la empresa según los montos de servicios a los clientes establecidos, siempre considerando una variedad en los incrementos por año entre el 5% y el 8%, empezando con un egreso de \$145.467,36 y los incrementos detallados como muestra el cuadro referido.

Cuadro No. 63 Publicidad y promoción

RUBRO	PRECIO
GASTO PUBLICIDAD	340,00
Publicación periódico fin de semana	120,00
Cuñas radiales	150,00
Hojas volantes (1000)	70,00
TOTAL	340,00

Fuente: Investigación de Campo Elaborado por: Verónica Sánchez

Cuadro No. 64

Mantenimiento continuo

RUBRO	PRECIO
GASTO MANTENIMINETO	1.150,00
Mantenimiento quincenal de equipos de Piscina	
50	100,00
Mantenimiento mensual de equipos de sauna e	
hidromasajes	150,00
Mantenimiento de Instalaciones	900,00
TOTAL	1.150,00

Fuente: Investigación de Campo Elaborado por: Verónica Sánchez

5.4 Financiamiento del Proyecto

 $\label{eq:cuadro} Cuadro~N^o~65 \\ Composición~del~financiamiento~de~la~Inversión$

FINANCIAMIENTO		%	INVERSION PROPIA		
Inversión Total	280.280,94	100%	Α	50.000,00	0.33
Socios	150.000,00	54%	В	50.000,00	0.33
Préstamo	130.280,94	46%	C	50.000,00	0.33
Interés Anual	11,2			150.000,00	
Pagos	20	5 años			

Fuente: Investigación de Campo Elaborado por: Verónica Sánchez

El financiamiento que se ha establecido para el proyecto consta de un aporte de \$50.000 por cada socios que suman tres (3 socios), y que representa el 44,96% del total necesario para echar andar el proyecto y el restante 54% se lo financiará con crédito bancario en las condiciones que constan en la siguiente tabla de amortización:

Cuadro Nº 66 Tabla de Amortización

PERÍODO	CUOTAS PERIODICAS	AMORTIZACIÓN	INTERÉS	AMORTIZACIÓN ACUMULADA	CAPITAL TOTAL
1	8.595,80	4.947,94	3.647,87	4.947,94	125.333,00
2	8.595,80	5.086,48	3.509,32	10.034,42	120.246,52
3	8.595,80	5.228,90	3.366,90	15.263,32	115.017,62
4	8.595,80	5.375,31	3.220,49	20.638,63	109.642,31
5	8.595,80	5.525,82	3.069,98	26.164,45	104.116,49
6	8.595,80	5.680,54	2.915,26	31.844,99	98.435,95
7	8.595,80	5.839,60	2.756,21	37.684,59	92.596,35
8	8.595,80	6.003,11	2.592,70	43.687,69	86.593,25
9	8.595,80	6.171,19	2.424,61	49.858,89	80.422,05
10	8.595,80	6.343,99	2.251,82	56.202,87	74.078,07
11	8.595,80	6.521,62	2.074,19	62.724,49	67.556,45
12	8.595,80	6.704,22	1.891,58	69.428,71	60.852,23
13	8.595,80	6.891,94	1.703,86	76.320,65	53.960,29
14	8.595,80	7.084,92	1.510,89	83.405,57	46.875,37
15	8.595,80	7.283,29	1.312,51	90.688,86	39.592,08
16	8.595,80	7.487,23	1.108,58	98.176,09	32.104,85
17	8.595,80	7.696,87	898,94	105.872,96	24.407,98
18	8.595,80	7.912,38	683,42	113.785,34	16.495,60
19	8.595,80	8.133,93	461,88	121.919,26	8.361,68
20	8.595,80	8.361,68	234,13	130.280,94	0,00

FUENTE : Investigación de Campo

ELABORACIÓN: Verónica Sánchez

El préstamo a una tasa de interés anual de 11,20% que puede ser financiado por el Banco Bolivariano cuya tasa es la que corresponde a la inversión de PYMES, según lo regulado por el Banco Central del Ecuador, el plazo corresponde a 5 años, con dividendos de 8.595,80 mensuales a interés compuesto.

5.5 Estados financieros

La proyección de los estados financieros permite establecer los resultados posibles que pueden obtenerse en la operación de la empresa. A continuación se presentan los estados financieros proyectados como producto de todos los cálculos realizados y que presentan la posible situación de la empresa en el plazo de cinco años. Antes de lo cual primero se detalla a continuación el Estado de Situación Inicial.

5.5.1 ESTADO DE SITUACION INICIAL

Cuadro N. 67

	2013
Activo Corriente	
Caja – Bancos	90.574,28
Cuentas por cobrar	
Total Activos Corrientes	90.574,28
Activos No Corrientes	
Activos Fijos	
No depreciables	
Terrenos	54.000,00
<u>Depreciables</u>	
Edificio	103.800,00
Maquinarias y Equipos	91.249,80
Equipo de oficina	770,00
Muebles y Enseres	6.310,00
Equipo de computación	2.970,00
Total Activos No Corrientes	250 000 80
	259.099,80
Total Activos	349.674,08
Pasivo Corriente	
Préstamo Bancario	183.661,20
Total Pasivos	183.661,20
Patrimonio	
Capital social	66.012,88
Reserva legal	100.000,00
Utilidad o pérdida acum.	100.000,00
Total Patrimonio	166.012,88
Total pasivo y patrimonio	349.674,08

Elaboración: Verónica Sánchez

5.5.2 Estado de Resultados (Pérdidas Y Ganancias)

Cuadro Nº 68

Estado de Pérdidas y Ganancias Proyectado

	2013	2014	2015	2016	2017
Ventas netas	280.800,00	462.203,28	524.982,01	598.057,88	683.470,89
(-) Costo de Ventas					
Materia prima	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Mano de obra directa	46.034,10	0,00	0,00	0,00	0,00
Mano de obra indirecta	0,00	33.695,61	35.380,39	37.149,41	39.006,88
Servicios Basicos	0,00	11.646,22	12.228,53	12.839,96	13.481,96
Depreciaciones	0,00	9.238,03	9.238,03	8.404,78	8.404,78
Publicidad	4.080,00	4.284,00	4.498,20	4.723,11	4.959,27
Articulos de limpieza	16.547,88	17.375,27	18.244,04	19.156,24	20.114,05
Mantenimiento continuo	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Total Costo de Ventas	66.661,98	76.239,14	79.589,19	82.273,50	85.966,94
Utilidad. o Perdida Operacional	214.138,02	385.964,14	445.392,82	515.784,38	597.503,95
Gastos financieros Trámites de licencia y registro	13.744,59	11.334,15	8.642,20	5.635,84	2.278,36
Gastos de constitución	1.500,00 1.200,00	-	-	-	-
Estudios de investigación	700,00	-	-	-	-
Utilidad o Perdida antes de Participación	196.993,43	374.629,99	436.750,62	510.148,54	595.225,59
15% Participación trabajadores	-29.549,02	-56.194,50	-65.512,59	-76.522,28	-89.283,84
Utilidad o Perdida antes de de impuestos	167.444,42	318.435,49	371.238,03	433.626,26	505.941,75
22% Impuesta a la renta	(36.837,77)	(70.055,81)	(81.672,37)	(95.397,78)	(111.307,19)
Utilidad Neta	130.606,65	248.379,68	289.565,66	338.228,48	394.634,57

Fuente: Investigación de Campo **Elaborado por:** Verónica Sánchez

El proyecto da como resultado una utilidad neta de 47% sobre las ventas netas, dicho resultado es consecuencia de que los costos de ventas son altos debido a que el servicio a prestar es completo y comprende una inversión alta. El costo de venta representa aproximadamente el 24% de las ventas. De igual forma los gastos son bajos. La utilidad a trabajadores corresponde el 9.5% del total de las ventas. De acuerdo al Estado de Resultados, este representa la posibilidad no solamente del cumplimiento de lo planificado sino que se puede incrementar la capacidad instalada o la renovación de los

equipos para estar a la vanguardia de los avances tecnológicos, sin duda de darse los resultados como se ha proyectado la empresa sería muy conveniente.

5.5.2 Balance General

Cuadro Nº 69 Balance General Proyectado BALANCE GENERAL PROYECTADO

	T T	OL OLIVLIV				
	Preoperac	2013	2014	2015	2016	2017
Activo Corriente	Î					
Caja – Bancos Cuentas por cobrar	21.145,74	14.010,89	12.074,84	39.891,00	68.089,31	65.356,97
Total Activos Corrientes Activos Fijos No depreciables	21.145,74	14.010,89	12.074,84	39.891,00	68.089,31	65.356,97
Terrenos <u>Depreciables</u>	54.000,00	54.000,00	54.000,00	54.000,00	54.000,00	54.000,00
Edificio	52.750,00	52.750,00	52.750,00	52.750,00	52.750,00	52.750,00
Maquinarias y Equipos	50.122,80	50.122,80	50.122,80	50.122,80	50.122,80	50.122,80
Equipo de oficina	1.240,00	1.240,00	1.240,00	1.240,00	1.240,00	1.240,00
Muebles y Enseres	6.310,00	6.310,00	6.310,00	6.310,00	6.310,00	6.310,00
Equipo de computación	2.500,00	2.500,00	2.500,00	2.500,00	2.500,00	2.500,00
(-) Depreciacion Acumulad		9.238,03	18.476,06	27.714,09	36.118,87	44.523,65
Total Activos Fijos	166.922,80	157.684,77	148.446,74	139.208,71	130.803,93	122.399,15
Total Activo Intangible	-	-	-	-	-	-
Total Activos	188.068,54	143.673,88	160.521,58	179.099,71	198.893,24	187.756,12
Pasivo Corriente						
Préstamo Bancario	130.280,94	20.638,63	23.049,06	25.741,02	28.747,38	32.104,85
Total Pasivos	130.280,94	20.638,63	23.049,06	25.741,02	28.747,38	
Patrimonio						
Capital social Reserva legal	57.787,60	57.787,60	57.787,60	57.787,60	57.787,60	57.787,60
Utilidad o pérdida acumul		65.247,65	79.684,91	95.571,09	112.358,26	129.968,52
Total Patrimonio	57.787,60	123.035,25	137.472,51	153.358,69	170.145,87	187.756,12
Total pasivo y patrimonio	188.068,54	143.673,88	160.521,58	179.099,71	198.893,24	187.756,12

Fuente: Investigación de Campo **Elaborado por:** Verónica Sánchez

El Balance General Proyectado a cinco años, arroja un resultado interesante en lo referente a la comparación entre el patrimonio y el pasivo ya que existe una relación inversamente proporcional, mientras el patrimonio aumenta, el pasivo disminuye; por otro lado, se tiene una recuperación del capital invertido en el primer año, lo cual es positivo para la empresa; así mismo, se aprecia un importante resultado en lo referente a las utilidades acumuladas.

5.6 Flujo de caja proyectado

Cuadro Nº 70 Estado de Flujo de Caja Proyectado con Inversión

Estado de Fiajo de Caja i Toycetado con inversion								
CUENTAS	AÑOS							
COLNIAS	1	2	3	4	5			
Ingresos	265.762,83	286.864,40	309.641,43	334.226,96	360.764,59			
Costos de Producción	120.819,01	122.210,82	122.658,56	123.836,31	126.040,80			
Utilidad Bruta	144.943,83	164.653,58	186.982,87	210.390,66	234.723,79			
Gastos administrativos	26.165,61	27.002,91	27.867,00	28.758,74	29.679,02			
Gastos de ventas	5.938,10	6.128,12	6.324,22	6.526,60	6.735,45			
Utilidad Operacional	112.840,12	131.522,55	152.791,65	175.105,32	198.309,31			
Gastos Financieros	14.427,38	11.334,15	8.642,20	5.635,84	2.278,36			
Utilidad antes de beneficios	98.412,74	120.188,40	144.149,45	169.469,48	196.030,95			
15% PUT	14.761,91	18.028,26	21.622,42	25.420,42	29.404,64			
Utilidad Antes de Impuestos	83.650,83	102.160,14	122.527,04	144.049,06	166.626,31			
22% IRS	18.403,18	22.475,23	26.955,95	31.690,79	36.657,79			
Utilidad Neta	65.247,65	79.684,91	95.571,09	112.358,26	129.968,52			

CUENTAS	AÑOS							
COENTAS	0	1	2	3	4	5		
Utilidad Neta		65.247,65	79.684,91	95.571,09	112.358,26	129.968,52		
Depreciaciones		9.238,03	9.238,03	8.404,78	8.404,78	8.404,78		
Inversión inicial	- 280.280,94							
Préstamo	130.280,94							
Amortización Capital Préstamo		20.638,63	23.049,06	25.741,02	28.747,38	32.104,85		
Total Flujos Netos	- 150.000,00	53.847,05	65.873,88	78.234,85	92.015,67	106.268,45		

Fuente: Investigación de Campo **Elaborado por:** Verónica Sánchez

Cuadro Nº 71 Estado de Flujo de Caja Proyectado sin Inversión

CUENTAS -	AÑOS							
COENTAG	1	2	3	4	5			
Ingresos	265.762,83	286.864,40	309.641,43	334.226,96	360.764,59			
Costos de Producción	114.314,85	122.210,82	122.658,56	123.836,31	126.040,80			
Utilidad Bruta	151.447,98	164.653,58	186.982,87	210.390,66	234.723,79			
Gastos administrativos	26.165,61	27.002,91	27.867,00	28.758,74	29.679,02			
Gastos de ventas	5.938,10	6.128,12	6.324,22	6.526,60	6.735,45			
Utilidad Operacional	119.344,27	131.522,55	152.791,65	175.105,32	198.309,31			
Gastos Financieros								
Utilidad antes de beneficios	119.344,27	131.522,55	152.791,65	175.105,32	198.309,31			
15% PUT	17.901,64	19.728,38	22.918,75	26.265,80	29.746,40			
Utilidad Antes de Impuestos	101.442,63	111.794,17	129.872,90	148.839,52	168.562,92			
22% IRS	22.317,38	24.594,72	28.572,04	32.744,69	37.083,84			
Utilidad Neta	79.125,25	87.199,45	101.300,86	116.094,82	131.479,08			

	AÑOS					
CUENTAS	0	1	2	3	4	5
Utilidad Neta		79.125,25	87.199,45	101.300,86	116.094,82	131.479,08
Depreciaciones		5.074,64	5.237,03	5.404,62	5.577,57	5.756,05
Amortizaciones						
Valor Residual						
Capital de trabajo						
Inversión inicial	- 280.280,94					
Préstamo		-				
Amortización Capital Préstamo		4.947,94	21.216,51	23.694,44	26.461,77	29.552,30
Total Flujos Netos	- 280.280,94	79.251,96	71.219,97	83.011,04	95.210,62	107.682,82

Fuente: Investigación de Campo Elaborado por: Verónica Sánchez

La información que resulta del flujo de caja es muy importante para el personal que administra un negocio, además de ser muy útil para analizar las actividades financieras, comerciales y operacionales, por ser una herramienta para la toma de decisiones significativas para la empresa.

La depreciación y amortización se suma luego de obtener la utilidad neta pues no son salidas reales de dinero. El capital de trabajo no altera el valor de impuestos y se recupera en el último año proyectado.

El flujo de caja se obtiene de la resta de activos fijos, capital de trabajo, activos intangibles, amortización del préstamo sumado el valor del préstamo; en el presente proyecto es de -150.000 que sería la cantidad que los socios invierten en el proyecto.

5.6.1 Evaluación financiera

"Una de las funciones más relevantes en el área de las finanzas, es el análisis de los

proyectos de inversión, con el fin de seleccionar las mejores alternativas de los recursos

de que dispone, una empresa, una persona o un país." (Dominick, 2005)

5.6.2Cálculo de los índices financieros:

5.6.2.1Índices de Liquidez:

Razón Corriente: La Razón corriente se refiere a la capacidad que una empresa posee

para cubrir deudas u obligaciones a corto plazo, en otras palabras es el efectivo

disponible en el Activo Corriente para cubrir la deuda.

La capacidad de la empresa para pagar sus deudas será mayor, mientras la Razón sea

mayor, no obstante para evaluar de forma crítica la liquidez de la empresa se debe hacer

un análisis del circulante que posee la empresa, principalmente el efectivo y las cuentas

por cobrar, pues es así que una empresa tendrá más liquidez que una empresa que basa

su liquidez en los inventarios. El índice de liquidez se expresa de la siguiente manera:

Razón Corriente =

Activos Corrientes
Pasivos Corrientes

21.145,74

130.280,94

Razón Corriente =

Razón Corriente =

0,16

Esto significa que por cada dólar de deuda la empresa tiene un respaldo de \$0.16

154

5.6.3Índices de solidez

Índice de Solvencia: indica la cantidad de veces con que podemos cubrir las obligaciones totales, considerando todos los activos.

$$Índice de Solvencia = \frac{\textbf{Total Activo}}{\textbf{Total Pasivo}}$$

Este índice de Solvencia demuestra que los activos pueden cubrir 1,44 veces el total de pasivos.

5.6.3.1Razón de endeudamiento

La Razón de Endeudamiento representa la participación que tienen los acreedores en el financiamiento total de los activos, es decir los activos financiados por terceros.

Índice de Endeudamiento =	Total Pasivo	
	Total Activo	

,	130.280,94
Índice de Endeudamiento =	188.068,54

Indice de Endeudamiento = 69%

Los acreedores tienen una participación del 69%, el 31% restante es de la empresa.

5.6.3.2 Apalancamiento Financiero

Indica el grado de solidez que presenta la compañía sobre la base de su patrimonio.

Apalancamiento Financiero =	Activo Total	
Aparancamiento Financiero –	Patrimonio	

Apalancamiento Financiero =	188.068,54
	57.787,60

Apalancamiento Financiero =	3,25
-----------------------------	------

El apalancamiento financiero indica que el proyecto es bueno pues el grado de solidez sobre la base del patrimonio es de 3,25

5.6.3.3Índices de Rentabilidad

Margen de Ganancias en Ventas: Demuestra la estructura de precios y costos que tiene la empresa de cada dólar de venta cuanto es de utilidad para los accionistas.

Margen de Ganancias =	Utilidad Neta
-----------------------	----------------------

	Ventas	
	130.606,65	
Margen de Ganancias =	280.800,00	
Margen de Ganancias =	0,70	

De las ventas netas se obtiene el 70% como utilidad neta.

5.6.3.4Rentabilidad sobre los Activos

Es el porcentaje de utilidad neta logrado en la inversión total del negocio, mide la utilidad por cada dólar invertido.

Rentabilidad sobre Activos =	<u>Utilidad Neta</u> Activos Totales
Rentabilidad sobre Activos =	130.606,65 188.068,54
Rentabilidad sobre Activos =	0.69

Este índice indica como el proyecto ha logrado el 69% de utilidad neta en la inversión total del negocio.

5.6.3.5Rentabilidad sobre el patrimonio

Determina el porcentaje de utilidad que la empresa ha ganado sobre el capital total invertido.

Rentabilidad sobre el patrimonio =

<u>Utilidad Neta</u>

Patrimonio

130.606,65

Rentabilidad sobre el patrimonio =

57.787,60

Rentabilidad sobre el patrimonio = 2.26

Se ha obtenido el 2.26% de utilidad sobre el patrimonio.

5.6.3.6 Indicadores de evaluación financiera

La Evaluación Financiera de un proyecto consolida todo lo investigado a cerca del mismo, es decir, la estimación de ventas, inversión necesaria, gastos de operación, costos fijos, impuestos, con el fin de determinar cuál será su rentabilidad y qué valor agregará la inversión inicial.

Los indicadores a calcular son los siguientes:

- Valor Actual neto o Valor presente neto
- Tasa Interna de Retorno

5.6.3.7 TMAR

"En una inversión financiera, el aporte del recurso capital espera una tasa mínima de

retorno para invertir. Este valor está asociado al riesgo de la pérdida de la inversión, así

que un inversionista puede esperar una baja tasa de retorno en un título emitido por una

entidad gubernamental o en un aporte en una entidad financiera con un bajo riesgo (tasa

segura de inversión), pero en los proyectos de ingeniería y en los negocios con un riesgo

normal, se establece lo que se conoce como Tasa Mínima Atractiva de Retorno

(TMAR)" (Camacho, 2004)

Dentro de la evaluación financiera se debe establecer la Tasa Mínima Aceptable de

Rendimiento (TMAR), que para algunos inversionistas es la aspiración por obtener

cierta tasa de interés, para que el proyecto sea atractivo.

De acuerdo a datos del INEC la tasa de inflación promedio para este año es del 4,16%

anual.

La TMAR queda establecida de la siguiente manera para el proyecto con

financiamiento:

TMAR = Interés bancario + inflación

TMAR = 11% + 4,16%

TMAR = 15,16%

La **TMAR** para el proyecto sin financiamiento queda establecida de la siguiente

manera:

TMAR = Tasa pasiva + inflación + % Riesgo país

TMAR = 4.53% + 4.16% + 6.12%

159

TMAR = 14,81

5.6.4Valor actual neto

Antes de acometer un proyecto empresarial, es necesario calcular la rentabilidad o beneficios que se tendrá en el futuro, el proyecto debe tener una rentabilidad mayor a la renta fija sin riesgo disponible en el mercado, de no darse este panorama, se tiene que el proyecto no es viable y por lo tanto no valdría la pena poner en marcha una inversión.

El VAN se calcula de la siguiente manera: los beneficios netos anuales de cada años de vida útil del proyecto, menos los costos ese resultado se le debe restar de la inversión el año cero.

BNt = Beneficio neto desde el año 1 hasta el año t

Bt = Beneficio neto en el año t

Ct = Costos totales desde año 1 hasta el año t

t = Intervalo de tiempo (1,2,3....n)

Io = Inversión del año cero.

Cada beneficio neto se convierte a su equivalencia en el año referencia:

$$VAN = -Io + BN1 (1+i)^{-1} + BN2 (1+i)^{-2} + \dots BNt (1+i)^{-t}$$

O puede ir también de esta manera:

$$VAN = \frac{BNt}{(1+i)^t} - Io$$

El resultado presenta criterios de rentabilidad, herramienta para la toma de decisiones de este tipo:

Si el VAN > 0 El proyecto es atractivo.

Si el VAN = 1 Da igual decidirse por ese proyecto o tomar otras alternativas.

Si el VAN < 0 El proyecto no es atractivo

Por lo tanto, si obtenemos un VAN negativo, los beneficios no compensarían los costos, es decir el proyecto debe ser replanteado; pero si el VAN es positivo, el proyecto es aceptable y genera utilidad, pero, si el VAN es igual a cero el proyecto solo cubrirá los costos.

Cuadro Nº 72 Valor Actual Neto con Financiamiento

AÑOS	FLUJO NETO DE CAJA	FLUJO NETO DE CAJA ACTUALIZADO	FLUJO NETO DE CAJA ACUMULADO
0	-150.000,00	-150.000,00	-150.000,00
1	53.847,05	45.005,94	-104.994,06
2	65.873,88	46.018,15	-58.975,90
3	78.234,85	45.679,80	-13.296,11
4	92.015,67	44.904,90	31.608,79
5	106.268,45	43.345,52	74.954,31
SUMA	246.239,89	224.954,31	
	VAN	74.954,31	

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Verónica Sánchez

Cuadro Nº 73
Valor Actual Neto sin Financiamiento

AÑOS	FLUJO NETO DE CAJA	FLUJO NETO DE CAJA ACTUALIZADO	FLUJO NETO DE CAJA ACUMULADO
0	-280.280,94	-280.280,94	-280.280,94
1	79.251,96	67.333,86	-212.947,08
2	71.219,97	51.410,15	-161.536,92
3	83.011,04	50.910,40	-110.626,53
4	95.210,62	49.611,18	-61.015,35
5	107.682,82	47.672,08	-13.343,27
SUMA	156.095,48	266.937,67	
	VAN	-13.343,27	

Fuente: Investigación de Campo **Elaborado por:** Verónica Sánchez

5.6.5 Cálculo de los indicadores TIR y Análisis de Sensibilidad

Para calcular la TIR se utiliza un sistema de aproximaciones sucesivas, a partir de una tasa de descuento inicial, es decir la TMAR la misma que se va ajustando hasta obtener dos tasas consecutivas que den resultado un VAN positivo y otro negativo y luego por interpolación se calcula la TIR del proyecto. La tasa interna de retorno se calcula aplicando la siguiente fórmula:

Donde:

R2 = es el interés con el que el VAN es negativo

R1 = es el interés con el que el VAN es positivo

VAN 1 = es el VAN positivo

VAN 2 = es el VAN negativo

 $\label{eq:cuadro} Cuadro~N^o~74$ $\label{eq:cuadro} \textbf{Indicadores~TIR~y~Análisis~de~Sensibilidad~con~Financiamiento}$ $\label{eq:cuadro~TIR~DEL~INVERSIONISTA}$

AÑOS	FLUJO NETO DE CAJA	TIR Tm (36,99%)	TIR TM (38,99%)	TIR 37,99 %	
0	-150.000,00	-150.000,00	-150.000,00	-150.000,00	
1	53.847,05	39.306,05	38.740,48	39.021,22	
2	65.873,88 35.100,10		34.097,25	34.593,22	
3	78.234,85	30.429,37	29.134,63	29.772,61	
4	92.015,67	26.124,74	24.653,24	25.375,66	
5	106.268,45	22.023,79	20.484,23	21.237,28	
SUMA	246.239,89	152.984,06	147.109,83	150.000,00	

 VAN
 2.984,06
 -2.890,17

 TIR
 37,99%

Fuente: Investigación de Campo Elaborado por: Verónica Sánchez

Cuadro Nº 75 Indicadores TIR y Análisis de Sensibilidad sin Financiamiento

AÑOS	FLUJO NETO DE CAJA	TIR Tm (14,71%)	TIR TM (16,71%)	TIR 15,71 %
0	-280.280,94	-280.280,94	-280.280,94	-280.280,94
1	79.251,96	69.087,66	67.903,76	68.490,60
2	71.219,97	54.123,12	52.284,08	53.191,68
3	83.011,04	54.992,99	52.214,05	53.579,51
4	95.210,62	54.985,40	51.312,22	53.109,13
5	107.682,82	54.212,43	49.723,95	51.910,02

SUMA	436.376,42	287.401,61	273.438,08	280.280,94
	VAN	7.120,67	-6.842,86	-
	TIR	15,71%		

Fuente: Investigación de Campo Elaborado por: Verónica Sánchez

Según estos indicadores, el Proyecto con inversión es más viable la variación del precio incide en el costo beneficio como es de esperarse, sin embargo el proyecto sigue siendo viable. Así mismo la TIR con inversión representa cerca del 33.99% más que el de sin inversión, por lo que se evidencia que la inversión hace más viable el Proyecto, la decisión tienen los inversionistas.

El análisis de sensibilidad indica pueden modificarse los resultados de un proyecto alterando tentativamente alguna variables. Esta sensibilización de parámetros debe dar como resultados respuestas que solventen los siguientes interrogantes:

a. ¿Qué efecto tendría los resultados si se contratara mano de obra más cara de la estimada?

b. ¿Qué efecto tendría en los resultados si se ofreciera un precio de venta superior al estimado?

c. ¿Qué efecto tendría en los resultados se ofreciera un precio de venta menor al estimado?

5.6.6 Relación Beneficio/Costo

La relación beneficio / costo (R B/C) es el resultado de dividir el valor del flujo de ingresos para el valor actual de costos. Esta es una función de la tasa de interés empleada para calcular el VAN, de modo que realizar el cálculo de este índice para tomar decisiones sobre inversiones se descuente los flujos a la tasa equivalente al costo de oportunidad de capital.

La relación Beneficio / Costo puede tener los siguientes valores:

- R B / C > 1 Valor actual de los ingresos superior al VAN de los egresos, indica que el proyecto es atractivo.
- R B/C = 1 El valor actual de los ingresos es igual al VAN de los egresos, es decir, el proyecto sería indiferente quiere decir que la tasa de interés de oportunidad utilizada sería igual a la tasa interna de rentabilidad del proyecto.
- R B / C < 1 El valor actual de los ingresos es inferior al VAN de los egresos, lo que significa que el VAN del proyecto sería negativo, es decir el proyecto no es atractivo.

La relación Costo / Beneficio simboliza la rentabilidad en términos de VAN, que origina el proyecto por cada dólar invertido.

Cuadro No. 76

Relación Beneficio/Costo Con Financiamiento

AÑOS	FLUJO	FSA	VAN	COSTOS	C*F	INGRESOS	I*F
0	150.000,00		150.000,00				
1	289.321,20	0,6250	180.825,75	356.754,53	222.971,58	850.291,20	531.432,00
2	329.646,20	0,3906	128.768,05	378.707,80	147.932,73	937.446,05	366.189,86
3	377.950,69	0,2441	92.273,12	396.848,02	96.886,72	1.033.534,27	252.327,70
4	431.490,05	0,1526	65.840,16	415.062,01	63.333,44	1.139.471,53	173.869,56
5	491.463,77	0,0954	46.869,64	435.061,61	41.490,71	1.256.267,36	119.806,99
			364.576,71		572.615,18		1.443.626,11

Fuente: Investigación de Campo **Elaborado por:** Verónica Sánchez

RELACIÓN BENEFICIO/COSTO = 1.443.626,11 /576.615,18 = 2.50

El resultado obtenido en la relación beneficio-costo de 2.50, el proyecto es atractivo ya que es superior a 1, es decir que aun con los costos se obtiene beneficio.

Cuadro No. 77
Relación Beneficio/Costo Sin Financiamiento

AÑOS	FLUJO	FSA	VAN	COSTOS	C*F	INGRESOS	I*F
0	-333.661,20		-333.661,20				

1	330.532,86	0,7353	243.038,87	356.754,53	262.319,51	850.291,20	625.214,12
2	372.098,87	0,5407	201.178,02	378.707,80	204.751,19	937.446,05	506.837,18
3	421.790,71	0,3975	167.679,62	396.848,02	157.763,85	1.033.534,27	410.873,52
4	476.881,05	0,2923	139.397,32	415.062,01	121.326,97	1.139.471,53	333.079,45
5	538.588,64	0,2149	115.761,10	435.061,61	93.509,61	1.256.267,36	270.014,78
		VAN	533.393,73		839.671,12	·	2.146.019,05

Fuente: Investigación de Campo **Elaborado por:** Verónica Sánchez

RELACIÓN BENEFICIO/COSTO = 2.146.019,05 /839.671,12 = 2.55

El resultado en la relación beneficio-costo de 2.55 es atractivo para los inversionistas pues es superior a 1, es decir que con nuestros costos aún se obtiene beneficio.

5.6.7Periodo de Recuperación del Capital

Es el tiempo necesario para que el flujo de utilidades resultantes de una inversión, se equipare con el desembolso de efectivo que se requiere para la misma inversión.

Cuadro No. 78
Período de Recuperación del Capital

	Preoper.	Uno	Dos	Tres	Cuatro	Cinco
	-					
Flujo de Caja	150.000,00	289.321,20	329.646,20	377.950,69	431.490,05	491.463,77
Flujo de Caja						
Acumulado		139.321,20	468.967,40	846.918,09	1.278.408,14	1.769.871,91

Fuente: Investigación de Campo Elaborado por: Verónica Sánchez

El tiempo en el que se recuperaría el capital está en el año 1, en el año uno se recupera \$139.321.20 restarían 10.678.80 por recuperar que corresponde al año dos. Utilizando una regla de tres simple obtenemos:

289321 360

150000 X días

Lo que nos da como resultado 186, y esto quiere decir que el Periodo de

Recuperación de Capital es de 1 año y 8 meses.

5.6.7 Determinación del punto de equilibrio

El punto de equilibrio es una técnica que permite estudiar la relación costo fijo, costo

variable y beneficios, si los costos son variables en un estudio se podría calcular el

punto de equilibrio sin problemas.

El punto de equilibrio es el punto de actividad (volumen de ventas) donde los ingresos

son iguales a los costos, esto significa que es el punto en el cual no existe utilidad o

pérdida.

Es el nivel de producción en el que son exactamente iguales los beneficios por ventas a

la suma de los costos fijos y variables.

Ventas = precio*cantidad

Ventas = CF + CV + utilidad

Punto de equilibrio, la utilidad = 0

 $PE = \frac{CostoFijoTotal}{ PrecioVentaUnitario - CostoVariableUnitario}$

167

PE = 3.194

Este resultado demuestra que: para poder cubrir la totalidad de los costos en los que se incurrirá para el presente proyecto, se deberá atender a 3194 personas al año, lo cual significa atender mensualmente a 265 personas, diariamente 13 personas.

Cuadro No.79

Costos Fijos				
Mano de obra directa	46.034,10			
Mano de obra indirecta	5.074,64			
Publicidad	4.080,00			
Depreciación	9.238.03			
TOTAL CF	64.426.77			

Fuente: Información Primaria Elaborado por: Verónica Sánchez

Cuadro No.80

Costos Variables					
Servicios Basicos	8.244,00				
Articulos de limpieza	16.547,88				
Mantenimiento continuo	422.38				
TOTAL CV	25.214.26				

Fuente: Información Primaria Elaborado por: Verónica Sánchez

Cuadro No.81

Costos Totales					
COSTO FIJO	22.979.05				
COSTO VARIABLE UNITARIO	5,85				
COSTO VARIABLE	60.813.09				
COSTO TOTAL	82.211.14				
INGRESOS	40,26				

Fuente: Información Primaria Elaborado por: Verónica Sánchez

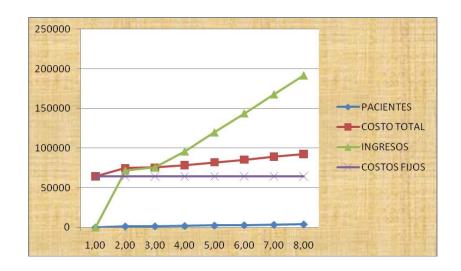
Cuadro No.82

PUNTO DE EQUILIBRIO

PACIENTES	COSTO TOTAL	INGRESOS	COSTOS FIJOS
0	64.434	48	64.427
1500	75.068	72.000	64.427
1575	75.600	75.600	64.427
2000	78.615	96.000	64.427
2500	82.163	120.000	64.427
3000	85.710	144.000	64.427
3500	89.257	168.000	64.427
4000	92.804	192.000	64.427

Fuente: Información Primaria Elaborado por: Verónica Sánchez

Gráfico No. 18 Punto de Equilibrio



Pacientes	-	1.500,00	1.575,00	2.000,00	2.500,00
Costo Fijo	64.426,77	64.426,77	64.426,77	64.426,77	64.426,77
Costo Total	64.433,87	75.068,25	75.600,32	78.615,41	82.162,57
Ingresos	48,00	72.000,00	75.600,00	96.000,00	120.000,00

Fuente: Información Primaria Elaborado por: Verónica Sánchez

De acuerdo a los rubros de los costos fijos y costos variables al realizar el cálculo de los valores unitarios y aplicarlos la fórmula del punto de equilibrio se obtiene un valor de 75.600, con un ingreso de 75.600 por servicio para el primer año al atender a 1575 pacientes.

40,91

CONCLUSIONES

El Centro Especializado de Mantenimiento corporal y Relajación Spa en el sector de Cumbayá es una propuesta innovadora como empresa preocupada del bienestar físico y psíquico de las personas que generalmente sufren de alteraciones diversas ocasionadas por la rutina del trabajo excesivo, problemas de variada índole: económicos, sociales y que da como resultado altos niveles de estrés.

En base a las encuestas realizadas a la muestra calculada (321), se obtuvo información acerca de los temas de interés de cada persona teniendo como resultado que existe curiosidad en cuanto a nuevas metodologías y maneras diferentes de buscar la solución a los problemas ocasionados por un alto nivel de estrés en la vida diaria de cada individuo, por eso se pudo determinar la probabilidad de éxito de la propuesta, ya que existe un amplio mercado que gasta periódicamente una importante cantidad de dinero en adquirir tratamientos para mejorar su aspecto y conseguir la conexión entre la mente y el cuerpo que los lleve a ser más productivos en sus puestos de trabajo.

La presencia de locales competidores hace más difícil la visión de obtener una participación dentro del mercado de la estética en el sector de Cumbayá, sin embargo dado el requerimiento de la ciudadanía que aprecia los emprendimientos o lanzamientos de promociones y de nuevos servicios que marquen la diferencia respecto a la competencia, es posible que el local que se propone tenga éxito.

Dentro del análisis financiero se pudieron calcular la inversión, ventas, costos, gastos y el rendimiento del proyecto, determinando que es viable ya que el costo beneficio de la inversión es de 1,94, por lo tanto se puede decir que es una inversión redituable.

Definitivamente la viabilidad de crear un Centro Especializado y Spa en el sector de Cumbayá es comprobada, debido a que estará enfocado en ofrecer servicios diferenciados, para atender la principal necesidad de los clientes que es eliminar el estrés provocado por presiones cotidianas.

RECOMENDACIONES

Para llevar a cabo el Proyecto de Creación de un Centro Especializado de Mantenimiento corporal y Relajación Spa en la Ciudad de Quito, sector Cumbayá se requiere realizar todo los trámites legales necesarios para que la Empresa pueda funcionar sin ningún inconveniente.

Es importante que el Centro Especializado de Mantenimiento corporal y Relajación Spa, produzca una consolidación a mediano y largo plazo, para incrementar la participación de la empresa dentro del mercado y llegar a ser el establecimiento que proporcione una solución efectiva en el mantenimiento corporal y tratamiento del estrés.

Los usuarios deben permanecer informados acerca de cada innovación que se produzca, a fin de que puedan acceder constantemente a nuevos paquetes de tratamientos que les permita satisfacer sus necesidades en cuanto a mejorar su salud y estética.

Establecer alianzas estratégicas con empresas que prestan similares servicios para incrementar y mejorar el servicio e imagen de la empresa.

Considerar que los ingresos y egresos del Proyecto son estimados lo que implica que una vez iniciado, los mismos pueden cambiar debido a factores externos ajenos a la Empresa.

Así mismo es recomendable definir la razón social del Negocio ya que será la marca que la identifica del Mercado. A pesar que existen importantes indicadores que evidencia el proyecto, no debe constituirse en una camisa de fuerza ya que todo está basado en valores estimados y puede cambiar lo planteado.

LISTA DE REFERENCIAS

Ballesteros, P. (06 de Junio de 2012). *Beneficios del Aqua Fitness, Muy en Forma*,. Obtenido de http://muyenforma.com

Camacho, H. A. (2004). *Google Books*. Recuperado el Abril de 2013, de http://books.google.com.ec

Costales, B. (2002). *Diseño, Elaboración y Evaluación de proyectos* (2da ed.). Ecuador: Lascano editores.

Cumbayá, P. e. (2009). *Fotolog*. Recuperado el 23 de enero de 2013, de http://www.fotolog.com

Distrito Metropolitano, M. d. (2 de enero de 2013). *Municipio del DM de Quito, Página Web*. Recuperado el 23 de enero de 2013, de www.quito.gob.ec

Dominick, S. (2005). Microeconomía. Estados Unidos: McGraw Hill.

Ecuador, M. d. (2013). Reglamento para otorgar permisos de funcionamiento a establecimientos sujetos a control Sanitario. En M. d. Pública. Quito: MSP.

Ecuador, S. d. (2013). *Superintendencia de Compañias*. Recuperado el 24 de marzo de 2013, de http://www.supercias.gob.ec

Guevara, C. (1992). *Metodología de la Investigación Científica*. (E. d. redactores, Ed.) Cuenca: EDIBOSCO.

Hill, M. Microeconomía. Estados Unidos: Tercera Edición.

INEC. (2010). Resultados del Censo de población y Vivienda. Quito: INEC.

Internas, S. d. (2013). *Servicios de Rentas Internas*. Recuperado el 24 de marzo de 2013, de http://www.sri.gob.ec

Jaugueri, A. G. (2001). *Marketing Estratégico, Estudio de precios: elementos a tener en cuenta*. Recuperado el 24 de enero de 2013, de http://www.gestiopolis.com

Manual de Proyectos de Desarrollo Económico. (1998). Quitio: ESPE.

Rivera, L. M. (09 de Marzo de 2000 -2001). *Universidad Interamericana de Puerto Rico*. (CERMC, Editor) Recuperado el 23 de enero de 2013, de http://ponce.inter.edu/cremc/estadistica.htm

Sánchez Villacrés, T. (2008). *Pln de Marketing C-Bastian Cafe*. Recuperado el 24 de enero de 2013, de http://dspace.uniandes.edu.ec

Suarez, D. C. (2010). Estudio sobre Motivadores del uso de Spas, Proyecto de Graduación. (ESPOL, Ed.) Obtenido de http://www.dspace.espol.edu.ec

Suarez, P. (30 de junio de 2012). *La Elasticidad de La Demanda*. Recuperado el 24 de enero de 2013, de http://www.eumed.net

Tylor, J., (2003). *Investigación de Mercados*. México: Mc Graw Hill.

Vista Ok. (16 de junio de 2011). La vida en riqueza matrial y espiritual, El Spa origen, beneficios.

ANEXOS

ESCUELA POLITÉCNICA SALESIANA ESCUELA DE CIENCIAS ECONÓMICAS, ADMINISTRATIVAS Y DE COMERCIO

Buenos Días:

Soy estudiante de la Escuela Politécnica Salesiana, estoy realizando una encuesta relacionada con el tema de centros de relajación y mantenimiento corporal en el valle de Tumbaco y Cumbayá.

Agradecería su colaboración.

CUESTIONARIO

Domicilio:	Edad:	Edad:	
Nivel de Ingresos:		Genero:	
1 ¿Asiste usted a Si No	centros especializados en belleza y relajación? (Marque con una x)	
2 ¿Qué Tipo de importante.	servicios ha solicitado? Califique del 1 al 5, do	nde 1 sea más	
8.	Masaje relajante		
9.	Masaje reductor		
10.	Reflexología.		
11.	Acupuntura		
12.	Hidroterapia.		
13.	Aroma terapia		

14.	Sauna
3 ¿Con que la frecuencia)	frecuencia asiste usted a estos sitios y cuantas veces? (Marque con una x,
FRECUENC Mensual Semestral Anual	CIA No. DE VECES ——————————————————————————————————
•	asiste preferentemente cuando necesita relajarse o mantener su cuerpo que con una x)
7. Balne8. Gimne9. SPA	o de estética y Belleza arios asio o de Yoga y meditación
5 Qué entier	nde usted por Spa?
 Es una Service Es una 	establecimiento que ofrece alternativas de relajación. a sala de belleza cios basados en la utilización del agua Balneario. s los anteriores
6 ¿Normalı una x)	mente cuántas personas coinciden con usted en estos sitios? (Marque con
5. 6. 7. 8.	Entre 1 - 3 Entre 4 - 6 Entre 7 - 10 Más de 10 personas
7 Califique con una x)	el servicio recibido por esta clase de locales al que Ud. acudió. (Marque
5. Excelo6. Muy b7. Bueno8. Regul	o:
•	I. que es lo más importante en el servicio que solicita? Califique del 1 al 5 más importante.
7. 8. 9.	Instalaciones Diferenciación y originalidad Calidad en servicio y productos

10.	Ambientación
11.	Tecnología
12.	Comodidad
9 ¿Conc	oce de alguna empresa o local que ofrezca el servicio de mantenimiento
corporal y	relajación en el sector del Valle de Cumbayá: (Marque con una x).
Si	_ No
Nombre	de la Empresa
10 ¿Le ş	gustaría que en el valle de Cumbayá, exista una empresa que ofrezca un
	ntegrado de mantenimiento corporal y relajación con instalaciones de última
tecnología	y con mucho confort con productos y servicios de calidad?
Si	_
No	_
_	ánto estaría dispuesto a pagar por un servicio completo para usted? (Marque
con una x	
6.	35 dólares
7.	40 dólares
8.	45 dólares
9.	50 dólares
10.	Más de 50 dólares
	de estas razones cree usted ameritan la aplicación de técnicas de relajación y
ejercicios	en el SPA? (Marque con una x)
	Disminuir el estrés
7.	Reducir medidas
8.	Tener un equilibrio cuerpo y mente
9.	Estar más saludable
10.	Mejorar su estilo de vida
12 . Cvá	ndo info vested o var Care con Cinanacio confei con (Moneyo con var V)
13 ¿Cua	ndo iría usted a un Spa con Gimnasio acuático? (Marque con una X)
6.	Después del trabajo
7.	Antes del trabajo
8.	Fines de semana
9.	Feriados
10.	Vacaciones
14 ; En a	qué ubicación preferiría que se encuentre el Centro de Estética y Salud
Integral S	

5.	Cumbayá		
6.	Primavera		
7.	San Juan		
8.	San Francisco	0	
15 ¿Qué favor 4	servicio o produc	cto adicional le gustaría? Descríbalo en una fra	se corta por
6.			-